The Coopers & Lybrand Consulting Group

Management Consultants

Dossier Public 87-17

ÉTUDE DES MARCHÉS DE LA TOURBE HORTICOLE

par

P. LeBlanc, W. Band, and J. Chapman

Canada-New Brunswick Mineral Development Agreement

Entente Canada-Nouveau-Brunswick L'Exploitation Minérale

Natural Resources and Energy New Brunswick

Ressources Naturelles et Énergie Nouveau-Brunswick

Energy, Mines and Resources Canada

Énergie, Mines et Ressources Canada

88-04358/

Ce rapport a été préparé à l'intention du:

Ministère des Ressources naturelles et de l'Énergie
Division des minéraux et de l'énergie
Nouveau-Brunswick

Hon. Malcolm N. MacLeod, Ministre

1987

ÉTUDE DES MARCHÉS DE LA TOURBE HORTICOLE

Ce projet fut financé par l'entente Canada-Nouveau-Brunswick sur l'exploitation minérale, une entente auxiliaire de l'entente cadre sur le développement économique et régional.

Les personnes intéressées peuvent se procurer des exemplaires du rapport en s'adressant à:

Division des minéraux et de l'énergie
Ministère des Ressources naturelles et de l'Énergie
C.P. 6000, Fredericton, N.-B. E3B 5H1

1987

Rapport N°: Dossier Public 87-17

Auteurs: P. LeBlanc, W. Band, and J. Chapman

N° de catalogue: ISSN 0712-4562

This report should be referenced in the following manner:

LeBLANC, P., BAND, W., and CHAPMAN, J. 1987. Étude des marchés de la tourbe horticole. New Brunswick Department of Natural Resources and Energy, Minerals and Energy Division, Open File Report 87-17, 197 p.

LA TOURBE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

TABLE DES MATIÈRES

		Page n°
	RÉSUMÉ ADMINISTRATIF	iii
I.	INTRODUCTION	1
II.	MÉTHODE	3
	A. EXAMEN DES SOURCES SECONDAIRES D'INFORMATION	3
	B. ENTREVUES	3
	C. ENQUÊTE SUR LES PRODUCTEURS ACTUELS DE TOURBE AU NOUVEAU-BRUNSWICK	5
	D. PAYS ÉTRANGERS	7
	E. PLAN DE TRAVAIL	7
III.	VUE GÉNÉRALE DES MARCHÉS MONDIAUX	9
	A. LE MARCHÉ DE LA TOURBE HORTICOLE DANS LE MONDE OCCIDENTAL	9
	B. LE CANADA DANS LE MARCHÉ MONDIAL DE LA TOURBE HORTICOLE	23
IV.	LE MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN DE LA TOURBE HORTICOLE	28
	A. TYPES DE TOURBE	29
	B. AMÉRIQUE DU NORD	30
	C. LE MARCHÉ NATIONAL CANADIEN	34
	D. LES ÉTATS-UNIS	39
	E. PRINCIPAUX MARCHÉS AMÉRICAINS	42
	F. RÉSUMÉ	52
V.	PRINCIPAUX SECTEURS D'USAGERS AUX ÉTATS-UNIS	54
	A. PROPRIÉTAIRES DE MAISON/JARDINIERS	55
	B. USAGERS PROFESSIONNELS	64
	C. PRODUITS À «VALEUR AJOUTÉE»	83
	D. RÉSUMÉ	86
VI.	PROFIL DE CERTAINS MARCHÉS INTERNATIONAUX	87
	A. EUROPE DE L'OUEST	91
	B. MOYEN-ORIENT	108
	C. PAYS DU PACIFIQUE	118
	D. RÉSUMÉ	128
VII.	L'INDUSTRIE DE LA TOURBE DU NOUVEAU-BRUNSWICK	129
	A. INTRODUCTION	129
	B. QUÉBEC: LE PLUS IMPORTANT CONCURRENT DU NOUVEAU-BRUNSWICK AU CANADA	131
	C. CAPACITÉ DE PRODUCTION DE L'INDUSTRIE DE LA TOURBE AU NOUVEAU-BRUNSWICK	136

TABLE DES MATIÈRES
(suite)

		Page n°
VIII.	CONCLUSIONS	139
	A. PART DES MARCHÉS INTERNATIONAUX DÉTENUE PAR LE CANADA	140
	B. OCCASIONS D'AFFAIRES DANS LE MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN	141
	C. POTENTIEL DES MARCHÉS ÉTRANGERS	147
	D. PRODUCTEURS DU NOUVEAU-BRUNSWICK	152

LISTE DES ANNEXES

I.	TERMES DE RÉFÉRENCE	155
II.	BIBLIOGRAPHIE	161
III.	LISTE DES ENTREPRISES CONTACTÉES	165
IV.	GUIDE DE L'INTERVIEWER	169
V.	QUESTIONNAIRE DU PRODUCTEUR	177
VI.	TÉLEX, LISTE DES CONSULATS ET DES BUREAUX COOPERS & LYBRAND CONTACTÉS PAR TÉLEX	183
VII.	PROFIL DE L'INDUSTRIE DE LA TOURBE DU NOUVEAU-BRUNSWICK	191

RÉSUMÉ ADMINISTRATIF

Le ministère des Ressources naturelles et de l'Énergie du Nouveau-Brunswick fit appel aux services de The Coopers & Lybrand Consulting Group pour étudier l'industrie de la tourbe horticole du Nouveau-Brunswick et identifier les occasions de développement du marché.

L'étude avait pour but:

- De déterminer comment le marché de la tourbe est présentement structuré en Amérique du Nord et d'identifier les occasions de développement du marché pour les producteurs du Nouveau-Brunswick.

- D'évaluer le potentiel de développement de certains marchés étrangers pour l'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick.

Les prochains paragraphes résument la méthode adoptée pour atteindre les objectifs de l'étude; les principaux résultats et conclusions y figurent également.

MÉTHODES DE COLLECTE DES DONNÉES

L'examen des sources d'information publiées, une enquête auprès des producteurs de tourbe, des entrevues avec des intermédiaires et des associations de l'industrie en Amérique du Nord, en Europe et en Asie, et une enquête sur les marchés étrangers comptent parmi les principales méthodes de collecte de données utilisées.

Notre plus importante source d'information secondaire fut les statistiques commerciales sur la tourbe des Nations Unies. Mentionnons en outre à ce titre, les anciens rapports de l'industrie, les statistiques du Bureau of Mines des États-Unis et de Statistique Canada, les recherches informatisées des bases de données pertinentes, l'examen de documents, de magazines et d'études sur le secteur.

Une enquête menée au début de 1986 auprès de douze producteurs permit d'obtenir des renseignements sur l'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick.

Des entrevues avec des distributeurs de tourbe et des agences de vente furent réalisées afin d'étayer les données statistiques des sources secondaires. Des représentants du gouvernement et d'associations furent en outre interrogés.

Une enquête portant sur certains marchés étrangers et effectuée par les bureaux de Coopers & Lybrand et les délégations commerciales canadiennes permit de compléter les statistiques sur l'industrie de la tourbe à l'étranger.

MARCHÉ MONDIAL DE LA TOURBE

Après trois ans d'expansion relativement limitée, le marché mondial de la tourbe augmenta de 18% et 19% respectivement en 1984 et 1985, pour un total de 61,5 millions de balles[1]. Les échanges entre les pays d'Europe représentent la majeure partie de l'accroissement du volume des ventes de tourbe dans le monde. Ainsi, de 1983 à 1985, les Pays-Bas ont doublé leurs exportations de tourbe, de 2,2 millions de balles à 4,6 millions, vers deux pays du marché commun européen, l'Allemagne de l'Ouest et la France. Au cours de cette même période, les Pays-Bas ont augmenté leurs importations de tourbe de 52%, de 9,9 millions de balles en 1983 à 15 millions de balles en 1985. L'Allemagne de l'Ouest compte pour plus de 90% de l'augmentation, et la Finlande pour le reste.

REMARQUE: [1] Une «balle ou l'équivalent» désigne un volume de 0,170 m^3 (6 pi^3), où la tourbe brute, contenant environ cinquante pour cent d'humidité, est compactée dans une proportion de deux à un. Dans les pages suivantes du présent rapport, on désigne cette mesure par le terme «balle»; une balle se convertit en tonnes dans un rapport de 29 balles par tonne (métrique) de tourbe.

IMPORTATIONS DE TOURBE

L'Europe, les pays scandinaves compris, représente 80% des importations totales de l'Occident, soit environ 49 millions de balles. Les principaux pays importateurs sont les Pays-Bas, la France et le Royaume-Uni qui, conjointement, ont importé environ 30 millions de balles en 1985.

Les pays de l'Amérique du Nord viennent au second rang et représentent 21% des importations de l'Occident ou environ 12,7 millions de balles. Les États-Unis sont la destination la plus importante et comptent pour plus de 98% des importations de l'Amérique du Nord.

Les pays du Pacifique et du Moyen-Orient forment les 3% des importations qui restent. Les pays de ces régions importèrent environ un million de balles de tourbe en 1985. Le Japon compte pour environ 80% des importations des pays du Pacifique. L'Australie représente également un marché d'une importance significative.

Au Moyen-Orient, l'Arabie Saoudite est le marché le plus important. En effet ce pays importe environ 587 000 balles, soit près de la moitié des importations totales de tourbe par les pays de cette région. Le Maroc et l'Égypte ont par ailleurs importé plus de 100 000 balles de tourbe en 1985 et les importations de la Jordanie sont minimes, moins de 50 000 balles en 1985, bien qu'elles augmentent rapidement.

EXPORTATIONS DE TOURBE

Plus de 95% des exportations de tourbe de l'Occident proviennent de six pays. Ces pays et le niveau de leurs exportations en 1985 figurent ci-dessous:

-	Allemagne de l'Ouest	30,9 millions de balles
-	Canada	15,0 millions de balles
-	Pays-Bas	8,2 millions de balles
-	Irlande	6,3 millions de balles
-	Finlande	1,6 million de balles
-	Suède	1,1 million de balles

Les trois grands producteurs européens, l'Allemagne de l'Ouest, les Pays-Bas et l'Irlande, ont surtout desservi les marchés de l'Europe et du Moyen-Orient. Des livraisons de moindre importance ont été effectuées vers les pays du Pacifique, l'Amérique du Sud et l'Amérique du Nord.

Le Canada a développé des marchés aux États-Unis et au Japon. Il a également exporté de petites quantités de tourbe en Europe, au Moyen-Orient et en Amérique du Sud.

PART DU MARCHÉ MONDIAL DÉTENUE PAR LE CANADA

Les exportations de tourbe du Canada se sont en général accrues, mais pas aussi rapidement que le commerce mondial. Alors que ce dernier connut une croissance de 19% de 1984 à 1985, la production et les exportations du Canada augmentèrent d'environ 8% pendant la même période. La part du commerce mondial détenue par le Canada chuta de 25,7% en 1984 à 20,8% en 1985, en raison de l'augmentation des échanges entre les pays européens.

En dépit de sa part moins importante du marché mondial, le Canada demeure le deuxième pays exportateur et a maintenu sa position de chef de file dans ses deux plus grands marchés d'exportation, les États-Unis et le Japon. Les producteurs canadiens comptent pour plus de 99% des importations de tourbe aux États-Unis et pour plus de 95% de celles du Japon. Les États-Unis, avec 96% des exportations canadiennes de tourbe, sont le plus important marché du Canada. Ensemble, les États-Unis et le Japon représentent plus de 99% des exportations canadiennes de tourbe, soit au total environ 15 millions de balles en 1985.

L'INDUSTRIE CANADIENNE DE LA TOURBE

Au Canada, le Nouveau-Brunswick est une importante province productrice de tourbe, et son exploitation remonte au début des années 40. En 1985, 34% des 17 millions de balles de tourbe produites au Canada provenaient de cette province. Le Québec est, à l'échelle nationale, le plus grand concurrent du Nouveau-Brunswick et comptait en 1985 pour 37,5% de la production canadienne.

Les valeurs des cargaisons indiquent que les producteurs du Nouveau-Brunswick et du Québec reçoivent une proportion plus faible de la valeur de la production par rapport à son volume. Par exemple, le Québec et le Nouveau-Brunswick représentaient 72% du volume de la production canadienne en 1985 mais ne reçurent que 64% de sa valeur totale.

Cela s'explique par la nature concurrentielle des marchés desservis par ces deux provinces. Elles exportent essentiellement dans les états américains de l'est, qui sont également les deux principales régions de production de tourbe des États-Unis. Ainsi, les producteurs du Nouveau-Brunswick et du Québec font l'objet d'une concurrence plus élevée que les producteurs de l'Ouest du Canada et ils doivent donc vendre leurs produits à meilleur prix.

LE MARCHÉ DES ÉTATS-UNIS

Les provinces canadiennes sont essentiellement exportatrices nettes de tourbe et offrent donc peu d'occasions d'affaires pour les producteurs du Nouveau-Brunswick. Le marché américain constitue toutefois une occasion de croissance et d'expansion de l'industrie. Bien que ce marché soit relativement mature et que sa croissance soit lente, prévue de 2% à 3% annuellement, son importance absolue représente une demande annuelle marginale substantielle pour la tourbe horticole. En raison du niveau annuel actuel de la demande - environ 38 millions de balles - les taux de croissance prévus entraîneront une demande additionnelle de 750 000 à 1,3 million de balles de tourbe par année. Il s'agit d'une demande substantielle presque aussi importante que le marché japonais disponible chaque année.

Ainsi, si les importations continuent de compter pour 39% du marché américain, la norme historique, les producteurs canadiens profiteront alors d'une demande annuelle supplémentaire de 290 000 balles à 507 000 balles.

On prévoit que la dépendance des États-Unis sur les importations pour répondre à la demande s'accroîtra avec les pressions que subit l'industrie de la tourbe en vue de réduire sa production et ce, à cause d'inquiétudes relatives aux dommages à l'environnement. Dans un tel cas, le marché dont disposent les producteurs du Nouveau-Brunswick augmentera à un rythme plus rapide que les prévisions.

On ne sait toutefois pas dans quelle mesure la tourbe canadienne pourra répondre à la demande après la fermeture de tourbières aux États-Unis. Les producteurs canadiens exportent de la tourbe de sphaignes alors que les États-Unis produisent surtout de la tourbe de roseaux et de carex, de l'humus en petites quantités, de la tourbe d'hypnacées et de sphaignes. La tourbe étant généralement utilisée comme conditionneur général de sol, les types de tourbe utilisés sont relativement interchangeables.
Les caractéristiques particulières de chaque type de tourbe rendent l'usage d'un type plutôt que d'un autre meilleur à certaines fins.

Le prix de la tourbe de sphaignes canadienne est deux ou trois fois plus élevé que celui de la tourbe de roseaux et de carex et de la tourbe d'humus. Il est difficile de prévoir dans quelle mesure les acheteurs sensibles au prix de chaque secteur du marché remplaceront la tourbe à moindre prix produite aux États-Unis par de la tourbe de sphaignes canadienne à prix plus élevé. Certains producteurs réduiront leur usage de la tourbe, alors que d'autres utiliseront plutôt des produits moins chers comme l'écorce et les paillis.

Les principaux marchés de tourbe aux États-Unis sont situés le long de la côte atlantique et dans les états du Centre-nord. L'industrie du Nouveau-Brunswick est géographiquement bien située par rapport à ces marchés afin d'attirer sa part de la demande accrue.

L'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick est solide et a la réputation de fournir un produit de haute qualité. Elle dispose en outre d'une infrastructure de distribution et de vente bien établie afin de desservir ces marchés.

Mais il y a une ombre au tableau: les producteurs du Québec profitent des mêmes avantages que ceux du Nouveau-Brunswick tout en étant plus proches des marchés américains. Les importateurs et usagers de la tourbe du Québec la considèrent toutefois de moindre qualité que celle du Nouveau-Brunswick.

La disponibilité d'une tourbe de qualité pr venant de tourbières à accès facile aura de plus en plus d'importance au fur et à mesure que chaque province développera son industrie. Les acheteurs sont habituellement sensibles au prix et l'accessibilité de la tourbe est un élément clé du coût du produit fini.

SECTEURS DU MARCHÉ AMÉRICAIN

Le marché américain de la tourbe inclut la vente au détail, les producteurs professionnels et les producteurs de mélanges de sol.

1. LE MARCHÉ DES CONSOMMATEURS

Les consommateurs, qui achètent annuellement environ 16 millions de balles, constitue le plus grand secteur du marché américain offrant le meilleur potentiel d'augmentation des ventes. La pénétration de la tourbe est faible, elle était estimée à 14% dans la dernière enquête nationale sur le jardinage. Soixante-neuf millions de foyers participent à un type ou un autre de jardinage aux États-Unis, mais l'enquête indique que seulement 16 millions de foyers achetèrent de la tourbe en 1986.

On peut utiliser la tourbe dans diverses activités de jardinage, et les distributeurs interrogés déclarent que le consommateur moyen ne connaît pas les avantages associés à son usage. Il devrait donc être possible d'augmenter la pénétration du marché. La tourbe est en outre l'un des meilleurs amendements de sol disponibles sur le marché. Elle fait concurrence à l'écorce et aux paillis et présente plusieurs avantages sur ces derniers.

Le potentiel d'augmentation des ventes de tourbe devient évident à la lumière du raisonnement suivant. Pour chaque pourcentage d'augmentation du nombre de foyers achetant des amendements de sol, la demande marginale pour la tourbe sera de 1,2 million de balles.

Bref, le marché des consommateurs aux États-Unis est sous-développé et constitue une occasion d'affaires pour les producteurs du Nouveau-Brunswick. Cela représente, bien entendu, un effort promotionnel substantiel de la part de l'industrie de la tourbe.

2. Le marché des producteurs professionnels

Le marché des producteurs professionnels compte pour environ 40% du marché américain, soit 15 millions de balles. Son potentiel de développement ne semble pas être aussi important pour les producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick que pour le marché des consommateurs. Les producteurs professionnels connaissent bien la tourbe et ses avantages et ils l'utilisent actuellement dans toutes les applications qui leur semblent adéquates. La pénétration accrue de ce secteur du marché s'avérera par conséquent difficile.

Les producteurs professionnels sont en outre très sensibles au prix. Ils réduiront leur consommation de tourbe et adopteront d'autres milieux de croissance offrant des avantages semblables, si la tourbe devient trop coûteuse.

Finalement, les producteurs professionnels américains déclarent que les producteurs étrangers compriment leurs marges et s'approprient des ventes. La croissance de la demande est par conséquent moins forte et les achats de tourbe devraient également diminuer.

3. Le marché des mélanges de sol

Le marché des mélanges de sol représente 20% du marché américain, soit environ 7,5 millions de balles. Ce marché, d'une croissance annuelle de 10% à 20%, comprend des entreprises produisant de la tourbe qui ont diversifié leurs activités et vendent des mélanges de sol, et d'autres qui n'en produisent pas et achètent la quantité dont elles ont besoin. Plusieurs producteurs du Nouveau-Brunswick exploitent des usines de mélange au Canada et aux États-Unis.

Ce marché semble offrir aux fournisseurs actuels une occasion d'expansion, mais les nouveaux venus devront surmonter un certain nombre d'obstacles qui réduiront leurs chances de réussite. Par exemple, les fournisseurs actuels déclarent que la capacité de leur usine suffira à répondre à la demande marginale pendant les trois ou cinq années à venir. Les producteurs paient en outre des primes élevées d'assurance de la responsabilité civile.

Les compagnies de mélanges de sol ont besoin de représentants techniques des ventes pouvant analyser les besoins des consommateurs et recommander le mélange adéquat. Il est de plus en plus difficile de trouver ces représentants qui exigent des salaires élevés.

Finalement, une usine de mélanges de sol constitue un investissement important et devrait, idéalement, être située à proximité de son marché. La plupart des grands marchés sont actuellement bien desservis.

Alors, bien que ce secteur particulier du marché en soit un de forte croissance, il profitera avant tout aux producteurs déjà établis. En effet, il ne semble pas que les producteurs moins importants du Nouveau-Brunswick qui n'ont pas encore pénétré ce marché puissent réussir à le faire.

MARCHÉS ÉTRANGERS

L'analyse des statistiques commerciales des Nations Unies sur la tourbe pour l'Occident, et une enquête subséquente portant sur certains marchés, indiquent que les producteurs du Nouveau-Brunswick devraient examiner de plus près les occasions de développement de deux pays, soit le Japon et l'Arabie Saoudite. Les pays de l'Europe de l'Ouest ne semblent pas offrir d'occasions à l'heure actuelle mais justifient que l'on s'y attarde.

Le Japon offre les meilleures possibilités. C'est un marché que les producteurs du Nouveau-Brunswick ont déjà pénétré et dans lequel ils ont déjà établi des contacts. L'usage de la tourbe est bien connu à des fins horticoles au Japon; ses importations dépassaient les 90 000 balles en 1985 et provenaient surtout du Canada. Les producteurs du Nouveau-Brunswick n'ont en outre pas à surmonter d'obstacles importants pouvant limiter une plus grande pénétration de ce marché.

L'Arabie Saoudite mérite aussi de faire l'objet d'un examen approfondi. Le marché de la tourbe est bien établi dans le pays et ses importations s'élevaient à plus de 500 000 balles en 1985. Les importations marginales annuelles dépassaient en moyenne 86 000 balles de 1981 à 1985. Jusqu'en 1984 l'Arabie Saoudite représentait un marché de 25 000 balles pour la tourbe canadienne. Depuis, l'Allemagne de l'Ouest et la Finlande s'en sont emparé. Ce marché est cependant important et à la hausse et il est possible que les producteurs du Nouveau-Brunswick puissent rétablir les exportations canadiennes vers l'Arabie Saoudite.

L'état d'Israël, la Jordanie et le Maroc offrent un potentiel limité pour les producteurs du Nouveau-Brunswick et mériteraient qu'on s'y attarde mais seulement après avoir bien étudié le marché de l'Arabie Saoudite. Bien que les importations de tourbe de ces pays connurent un taux de croissance élevé de 1981 à 1985, de 83% pour la Jordanie à 25% pour le Maroc, le marché de ces pays individuels est relativement faible. Au total, les importations de tourbe en 1985 de ces pays n'excédaient celles de 1984 que de 9 500 balles environ.

Les pays de l'Europe de l'Ouest sont parmi les plus importants importateurs de tourbe et sont actuellement bien desservis par les producteurs de cette région. Le Canada perdit la petite part de ce marché qu'il détenait au début des années quatre-vingt au fur et à mesure que la production de l'industrie européenne de la tourbe, particulièrement celle de l'Allemagne de l'Ouest, augmentait.

Il semble qu'un prix non concurrentiel fut le facteur principal contribuant à la perte de la position du Canada sur le marché européen. En dépit de taux de change favorables, des taux élevés de transport transatlantique d'environ le double du coût de la tourbe ont fait grimper le coût de la tourbe canadienne à environ le double de celui de la tourbe européenne.

Les producteurs européens de tourbe subissent cependant de plus en plus de pressions pour réduire le taux d'expansion de l'industrie et l'Europe offre donc une occasion d'affaires à plus long terme pour les producteurs canadiens. Les producteurs européens sont en outre d'importants fournisseurs aux pays du Moyen-Orient et les occasions d'affaires dans cette région dépendent donc des tendances en Europe. Il faut ainsi analyser en profondeur la production et les modèles commerciaux de l'Europe de l'Ouest, afin de bien comprendre le potentiel à long terme des marchés européens, et dans une moindre mesure, celui des marchés du Moyen-Orient.

L'INDUSTRIE DE LA TOURBE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

La bonne position de l'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick lui permet de saisir certaines occasions d'affaires. La province est géographiquement bien située par rapport à la principale région américaine de consommation de tourbe sur la côte Atlantique. Bien que les distributeurs déclarent que la tourbe du Québec bénéficie de l'avantage du coût de transport par rapport à celle du Nouveau-Brunswick, la différence de coût ne suffit pas à réduire de manière significative les ventes de tourbe de cette province.

En outre, les distributeurs voient la tourbe du Nouveau-Brunswick comme un produit d'une qualité supérieure. Deux d'entre eux ont déclaré ne pas acheter

des producteurs commerciaux tant et aussi longtemps qu'ils ne peuvent obtenir de la tourbe du Nouveau-Brunswick. Ils ne croient pas que la tourbe du Québec soit d'aussi bonne qualité.

Il y a également au Nouveau-Brunswick un port d'expédition important, celui de Saint-Jean, permettant de desservir les pays étrangers potentiels. La contrainte principale des exportateurs quant à la pénétration de ces marchés est d'offrir un prix aussi concurrentiel que celui des fournisseurs actuels situés à proximité du marché. Puisque les producteurs du Nouveau-Brunswick semblent gérer des entreprises efficaces qui produisent de la tourbe à un prix très concurrentiel, les frais de transport constituent le problème principal.

Il est cependant possible que la disponibilité de la tourbe dans la province limite la capacité de l'industrie à desservir de nouveaux marchés importants. Une analyse de sa capacité de production actuelle indique en effet que l'industrie fonctionne à 85% ou 90% de sa capacité, basée sur 30 jours de production annuelle.

CONCLUSIONS

En conclusion, même si la position favorable des producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick leur permet de poursuivre la croissance et le développement de leur industrie, la capacité de production actuelle peut être un facteur limitant leur tentative de s'approprier de nouveaux marchés importants. D'après notre analyse, nous recommandons les priorités suivantes pour une croissance industrielle continue:

1. Continuer de concentrer l'attention sur le marché des États-Unis. La dépendance de ce pays en termes d'approvisionnement de tourbe importée augmente et la croissance annuelle de ce marché représente une demande marginale de 750 000 à 1,3 million de balles.

2. Développer le secteur du marché des consommateurs en Amérique du Nord en augmentant les connaissances des avantages tirés de l'usage de la tourbe par l'entremise d'activités promotionnelles plus importantes.

3. Continuer de répondre à la demande croissante de mélanges de sol. Cette occasion d'affaires est d'abord offerte aux producteurs actuels de ces produits. Les exigences de soutien technique des produits et les questions connexes de responsabilité civile limitent l'attrait exercé par ce secteur du marché sur les nouveaux fournisseurs.

4. Continuer de briguer le marché japonais afin que les producteurs du Nouveau-Brunswick soient assurés d'obtenir une part importante de sa croissance prévue. Il est nécessaire d'élaborer un programme cohérent afin d'attirer et de retenir les importateurs et d'atteindre les principales coopératives du Japon.

5. Analyser en profondeur la production de l'Europe de l'Ouest afin de bien comprendre son potentiel de marché à plus long terme. L'analyse doit tenir compte de la production, des importations et des exportations des principaux commerçants de tourbe en Europe, y compris l'Allemagne de l'Ouest, les Pays-Bas et l'Irlande. Il faut en outre évaluer l'importance des réserves et des pressions environnementales sur l'industrie.

   Cette analyse indiquera également la capacité des producteurs européens à desservir leurs marchés du Moyen-Orient, particulièrement l'Arabie Saoudite, et, bien entendu, identifiera le potentiel à plus long terme de ces marchés pour les producteurs du Nouveau-Brunswick.

I. INTRODUCTION

The Coopers & Lybrand Consulting Group est heureux de présenter au ministère des Ressources naturelles et de l'Énergie du Nouveau-Brunswick, le présent rapport intitulé «Étude de marché sur la tourbe».

Les conseillers principaux de la présente étude furent M. John Chapman, conseiller, et Mme Jane Spooner, directrice. Un associé, M. William Band fournit des détails pour l'analyse de marché et c'est à un autre associé, M. Peter LeBlanc que fut confiée la responsabilité globale de l'étude.

Un comité directeur formé de représentants du gouvernement du Nouveau-Brunswick et du gouvernement fédéral supervisa le groupe de conseillers. M. Jacques Thibault du ministère des Ressources naturelles et de l'Énergie et M. Don Gemmell du ministère du Commerce et de la Technologie servirent de lien entre le comité et les conseillers.

Les deux objectifs principaux de l'étude sont:

- Voir comment le marché de la tourbe est présentement structuré en Amérique du Nord et identifier les occasions de développement du marché pour les producteurs du Nouveau-Brunswick.

- Évaluer le potentiel de développement des marchés étrangers sélectionnés pour l'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick.

L'annexe I contient une copie des termes de référence. Soulignons que l'étude ne portait que sur l'industrie de la tourbe horticole et, par conséquent, le secteur de la tourbe combustible est exclu.

Le prochain chapitre décrit les activités de recherche menées pour atteindre les objectifs de l'étude et les chapitres suivants contiennent nos résultats, analyses et conclusions.

TABLEAU 1
VUE GLOBALE DE NOTRE APPROCHE

TÂCHE 1: CONVOQUER UNE RENCONTRE D'ORIENTATION
- Rencontrer le comité directeur
- Élaborer un plan de travail détaillé

→

TÂCHE 2: RÉVISION DE L'INFORMATION PUBLIÉE
- Prendre contact avec les Associations et les ministères
- Rechercher la documentation

TÂCHE 3: PRÉPARER UN CADRE D'ÉCHANTILLONS
- Réviser les rapports, articles et annuaires préalables et préparer une liste préliminaire des personnes à interroger en Amérique du Nord.
- Réviser les listes avec le comité directeur et les corriger, au besoin.

TÂCHE 4: ÉLABORER UNE ENQUÊTE
- Créer un questionnaire pour obtenir des renseignements sur les producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick
- Créer un questionnaire afin de recueillir des données auprès des intermédiaires de distribution
- Réviser le brouillon de l'enquête avec le comité directeur, corriger au besoin
- Prétester l'enquête

TÂCHE 5: MENER DES ENTREVUES SUR LE TERRAIN
- Interroger les producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick
- Interroger les intermédiaires du réseau nord-américain
- Compiler et résumer les résultats

TÂCHE 6: PROFIL DU MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN
- Analyser et faire la synthèse des données recueillies lors des tâches 2 et 5
- Préparer un profil du marché nord-américain actuel

TÂCHE 7: IDENTIFIER LES MARCHÉS ÉTRANGERS
- Préparer une liste préliminaire de pays à partir de documentation et réviser les rapports élaborés à la tâche 2 et la liste avec le comité directeur
- Préparation de l'enquête
- Mener des entretiens téléphoniques avec des importateurs et exportateurs choisis.
- Prendre contact avec les bureaux de Coopers & Lybrand, le cas échéant.

TÂCHE 8: IDENTIFIER LES MARCHÉS ÉTRANGERS GARANTS DE FUTURS DÉVELOPPEMENTS
- Analyser et faire la synthèse des renseignements
- Préparer un profil des marchés étrangers sélectionnés
- Classer par ordre d'importance les occasions d'affaires à l'étranger

TÂCHE 9: PRÉPARER ET PRÉSENTER LE RAPPORT FINAL
- Préparer et soumettre le brouillon du rapport
- Rencontrer le comité directeur dans le but de réviser le rapport
- Incorporer les commentaires du comité directeur dans le brouillon du rapport
- Rédiger le rapport final et le présenter au comité directeur

TÂCHE 10: RÉSULTATS DU RAPPORT, CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS AUX PRODUCTEURS DE TOURBE DU NOUVEAU-BRUNSWICK
- Convoquer une rencontre avec les producteurs de tourbe
- Présenter les résultats de l'étude

II. MÉTHODE

Notre approche de l'étude, comme illustré dans le tableau 1 sur la page opposée comprend cinq étapes de dix tâches. Ces étapes sont:

- Étape I: Début du projet et collecte des données secondaires
- Étape II: Collecte de données primaires sur le marché nord-américain
- Étape III: Collecte de données sur certains marchés étrangers
- Étape IV: Profil des marchés et identification des occasions
- Étape V: Résultats, conclusions et recommandations du rapport

Diverses méthodes sont utilisées pour obtenir des renseignements de plusieurs sources; les caractéristiques principales de ces méthodes sont décrites dans les paragraphes suivants.

A. EXAMEN DES SOURCES SECONDAIRES D'INFORMATION

Nous avons étudié l'information provenant d'une variété de sources secondaires dont les suivantes:

- rapports déjà publiés sur l'industrie de la tourbe,
- recherches informatiques de bases de données pertinentes,
- révision de documentation et de magazines commerciaux,
- données de Statistique Canada,
- publications du Bureau of Mines des États-Unis, et
- base de données des statistiques des Nations Unies sur l'industrie de la tourbe.

L'annexe II contient une bibliographie des sources d'information secondaires qui ont été révisées au cours de l'étude.

B. ENTREVUES

Nous avons réalisé plus de 70 entretiens par téléphone et en personne avec les participants et les observateurs des marchés suivants:

- Courtiers canadiens
- Courtiers américains

TABLEAU 2

RÉPARTITION DES PARTICIPANTS PAR TYPE

CATÉGORIES DE PARTICIPANTS	NOMBRE DE PERSONNES INTERROGÉES
Intermédiaires canadiens	3
Intermédiaires/usagers américains	37
Importateurs japonais	3
Importateurs français	3
États et producteurs américains	9
Associations commerciales/rédacteurs de magazines	11
Contacts gouvernementaux	5

- distributeurs américains,
- représentants des états américains producteurs de tourbe,
- administrateurs d'associations commerciales,
- importateurs japonais,
- importateurs français,
- pépiniéristes,
- producteurs, et
- rédacteurs de magazines.

Nombre de participants servirent d'intermédiaires et d'usagers. Par exemple, les pépiniéristes et les producteurs interrogés utilisèrent la tourbe dans leurs opérations, mais la vendirent également aux consommateurs et aux comptes commerciaux de moindre importance.

Le tableau 2 de la page opposée présente le détail des entrevues menées, par type de participant. L'annexe III liste les participants et l'annexe IV contient un exemplaire du guide de l'entrevue.

C. ENQUÊTE SUR LES PRODUCTEURS ACTUELS DE TOURBE AU NOUVEAU-BRUNSWICK

Nous avons demandé aux douze producteurs actuels de tourbe au Nouveau-Brunswick d'établir le profil des capacités de production de l'industrie. Chaque producteur reçu une lettre lui demandant de collaborer et de compléter le questionnaire. La liste des producteurs interrogés figure au verso dans le tableau 3.

En janvier 1987, on prit contact avec chaque producteur par téléphone afin d'obtenir un rendez-vous pour un entretien personnel avec un représentant du The Coopers & Lybrand Consulting Group.

Onze de ces entrevues furent menées en personne et un participant dont les dossiers étaient à Vancouver fut interrogé au téléphone. Les producteurs étaient généralement très favorables à l'enquête et prirent le temps de compléter l'entrevue. Nous les remercions de

TABLEAU 3

ENQUÊTE PORTANT SUR LES PRODUCTEURS DU NOUVEAU-BRUNSWICK

ASB Greenworld Ltd.
Pointe-Sapin

Acadian Peat Moss (1979) Ltd.
Lamèque

Atkins and Durbrow (N.B.) Ltd.
Bas-Caraquet

Fafard Peat Moss Co., Ltd.
Shippagan

Fisons Western Corporation
Maisonette

Grand Anse Peat Moss Ltd.
Grand Anse

Heveco Ltd.
Tabusintac

Kent Peat Moss Ltd.
Saint-Paul

Lamèque Peat Moss Ltd./
St-Raphael Peat Moss Ltd./
Canadian Supreme Products Ltd.
Lamèque

Malpec Peat Moss Ltd.
Rexton

Pigeon Hill Peat Moss Ltd.
Lamèque

Thériault and Hachey Peat Moss Ltd.
Baie-Sainte-Anne

leur collaboration. L'annexe V contient une copie du questionnaire utilisé lors des entrevues avec les producteurs.

D. PAYS ÉTRANGERS

Notre analyse des marchés internationaux de tourbe débuta par un examen approfondi de la base de données des Nations Unis sur le commerce mondial de la tourbe. Dans le cas des grands pays importateurs, nous avons contacté par télex les bureaux de Coopers & Lybrand et les directeurs commerciaux en chef des diverses délégations commerciales canadiennes dans ces pays étrangers. Pour le Japon, le deuxième marché d'importance du Nouveau-Brunswick, nous avons mené trois entrevues en personne avec des importateurs de tourbe. Pour la France, le plus important importateur net de l'Europe de l'Ouest, on procéda à trois entretiens téléphoniques. Nous avons posé un certain nombre de questions relatives au marché local de la tourbe dans chaque pays formant la base des profils des marchés étrangers présentés au chapitre VI.

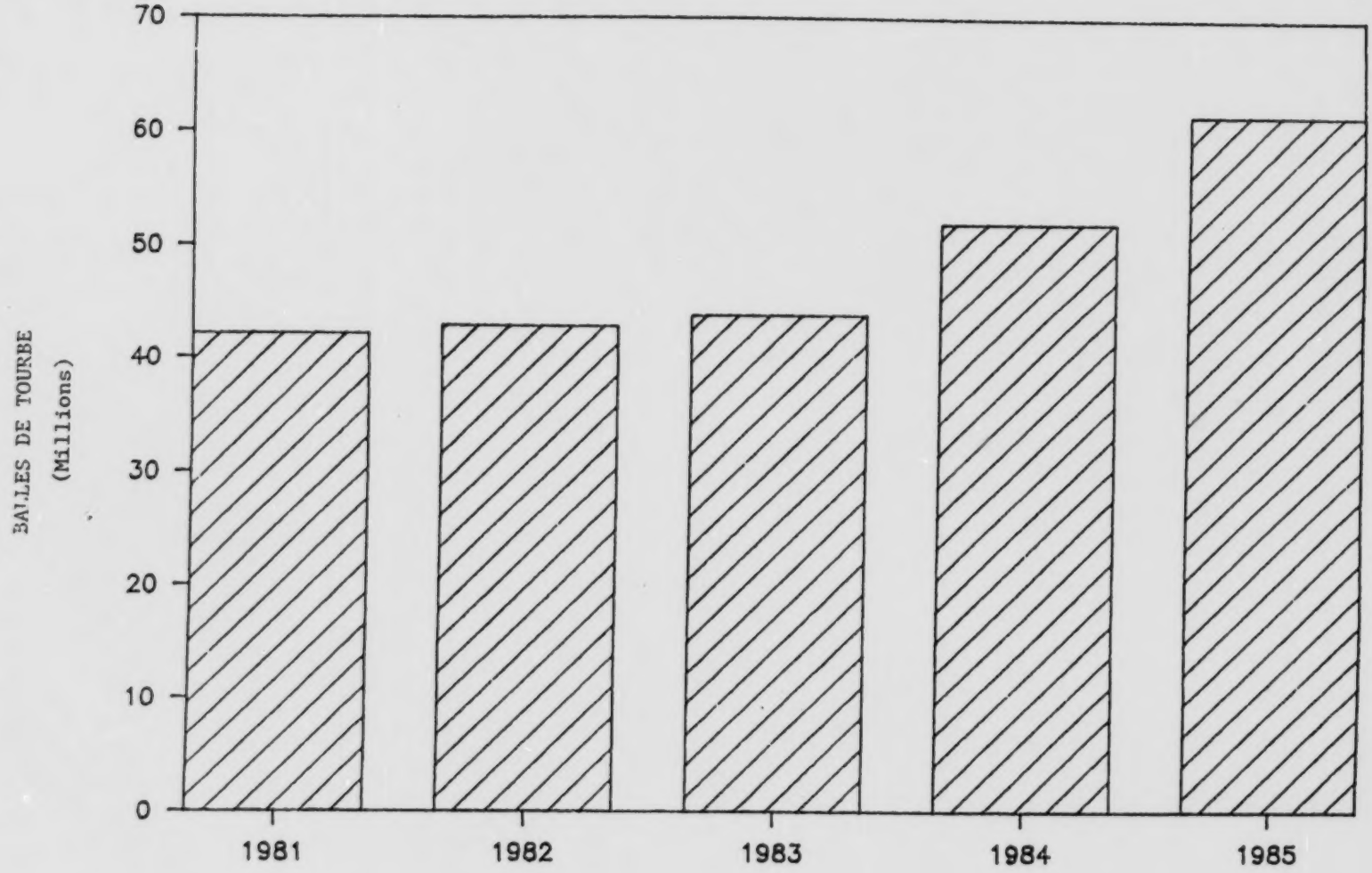
Les agents commerciaux et Coopers & Lybrand collectèrent les données à partir d'un ensemble de statistiques et d'entrevues publiées avec les participants de l'industrie locale. Les consulats canadiens furent des plus utiles et coopérants et montrèrent clairement qu'ils seraient prêts à collaborer à toute autre recherche sur le marché. L'annexe VI contient une copie du télex ainsi qu'une liste des consulats et des bureaux de Coopers & Lybrand où il fut envoyé.

E. PLAN DE TRAVAIL

Pendant l'étude, des assemblées ordinaires furent tenues avec le comité directeur du projet. On examina au cours de celles-ci les progrès à ce jour et l'on discuta des redressements pertinents à apporter aux méthodes d'étude.

TABLEAU 4

VOLUMES COMMERCIAUX DE TOURBE DANS LE MONDE



SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies, 1985

En résumé, les résultats et les conclusions figurant dans les chapitres suivants proviennent d'un plan de travail étendu et systématique de collecte de données.

III. VUE GÉNÉRALE DES MARCHÉS MONDIAUX

Le présent chapitre présente une vue globale du marché de la tourbe horticole et analyse les principaux modèles commerciaux de tourbe, par grands pays exportateurs; il présente ensuite la position du Canada dans le marché mondial de la tourbe en termes de clients principaux et de volumes commerciaux.

A. LE MARCHÉ DE LA TOURBE HORTICOLE DANS LE MONDE OCCIDENTAL

Le commerce total dans le monde occidental de la tourbe a augmenté de 52% entre 1981 et 1985, passant de 42 millions de balles ou l'équivalent[1] à 64 millions de balles. Comme illustré dans le tableau 4 ci-contre, la majeure partie de l'augmentation depuis 1981 a eu lieu entre 1983 et 1985 alors que les volumes commerciaux mondiaux de tourbe connaissaient une hausse d'environ 20%.

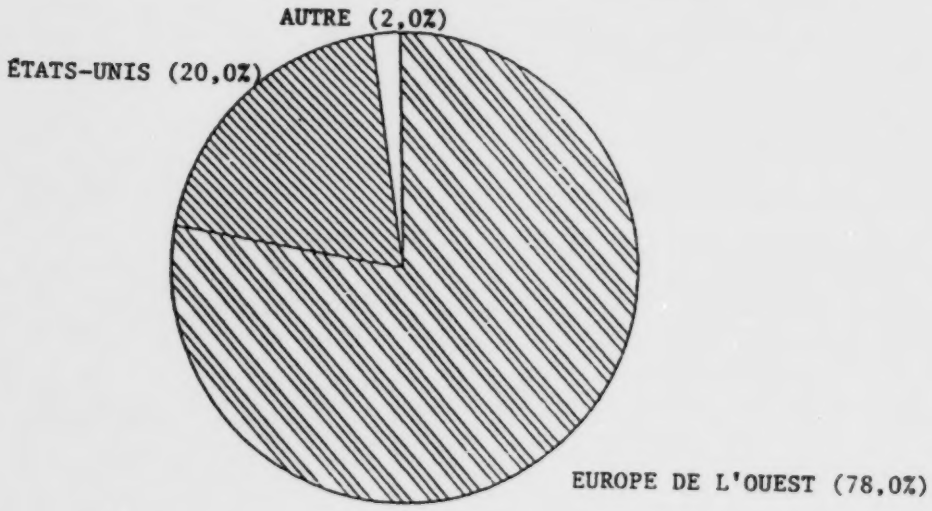
C'est en Europe que la plupart des accroissements du monde occidental eurent lieu et le commerce entre les pays d'Europe augmenta de manière spectaculaire. Par exemple:

- Les exportations de l'Allemagne de l'Ouest à trois de ses plus grands clients, la France, l'Italie et les Pays-Bas, augmentèrent d'environ 7 millions de balles, de 14,5 millions de balles en 1983 à 21,4 millions en 1985. Il s'agit d'une augmentation de 47%. Durant la même période, les importations de tourbe de l'Allemagne de l'Ouest passèrent de 1,3 million à 2,0 millions de balles. Les Pays-Bas, un client important, compte pour 95% de la hausse des importations de tourbe de l'Allemagne de l'Ouest.

REMARQUE: [1] Une «balle ou l'équivalent» désigne un volume de 0,170 m^3 (6 pi^3), où la tourbe brute, contenant environ cinquante pour cent d'humidité, est compactée dans une proportion de deux à un. Dans les pages suivantes du présent rapport, on désigne cette mesure par le terme «balle»; une balle se convertit en tonnes dans un rapport de 29 balles par tonne (métrique) de tourbe.

TABLEAU 5

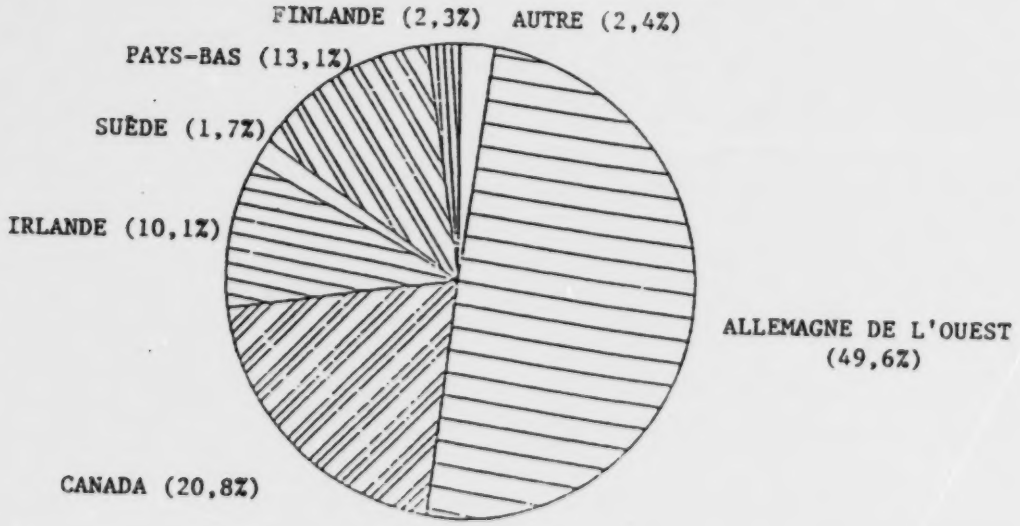
PRINCIPAUX MARCHÉS D'IMPORTATION DE TOURBE



SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies, 1985

TABLEAU 6

PRINCIPAUX MARCHÉS D'EXPORTATION DE TOURBE



SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies, 1985

- De 1983 à 1985, les Pays-Bas ont doublé leurs exportations de tourbe à deux clients du Marché Commun européen, l'Allemagne de l'Ouest et la France, de 2,2 millions de balles à 4,6 millions. Au cours de la même période, les Pays-Bas ont augmenté leurs importations de tourbe de 52%, de 9,9 millions de balles en 1983 à 15 millions en 1985. L'Allemagne de l'Ouest compte pour 90% de cette augmentation, et la Finlande pour le reste.

- Plusieurs autres pays de l'Europe de l'Ouest, dont la France, l'Italie, la Belgique et le Royaume-Uni ont tous accru leurs importations de tourbe de 10% à 60% entre 1983 et 1985. Les producteurs de l'Europe de l'Ouest comptent pour plus de 95% de ces augmentations.

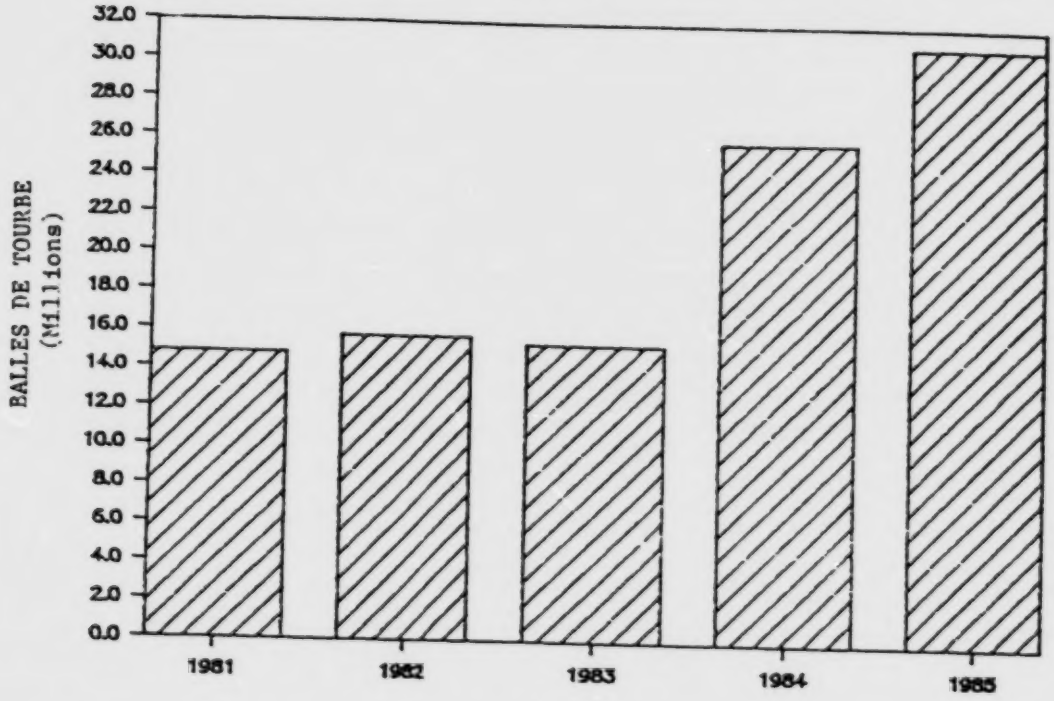
Les comptes commerciaux en Europe représentent donc une partie importante des volumes commerciaux mondiaux de tourbe entre 1983 et 1985.

En 1985, après l'Europe de l'Ouest qui comptait pour 78% des importations mondiales de tourbe, le marché principal est celui des États-Unis avec 20%. Le 2% d'importations qui reste se réparti dans un certain nombre de pays, dont le plus important est le Japon. Le tableau 5 ci-contre illustre la répartition des importations de tourbe dans les marchés principaux. Les chapitres suivants traitent des marchés finaux en détail. Le chapitre IV porte sur le marché nord-américain et une analyse détaillée des marchés américains de tourbe est présentée au chapitre V. Le chapitre VI trace le profil des marchés de tourbe de l'Europe de l'Ouest et s'attarde à certaines occasions d'affaires à l'étranger pour les producteurs du Nouveau-Brunswick.

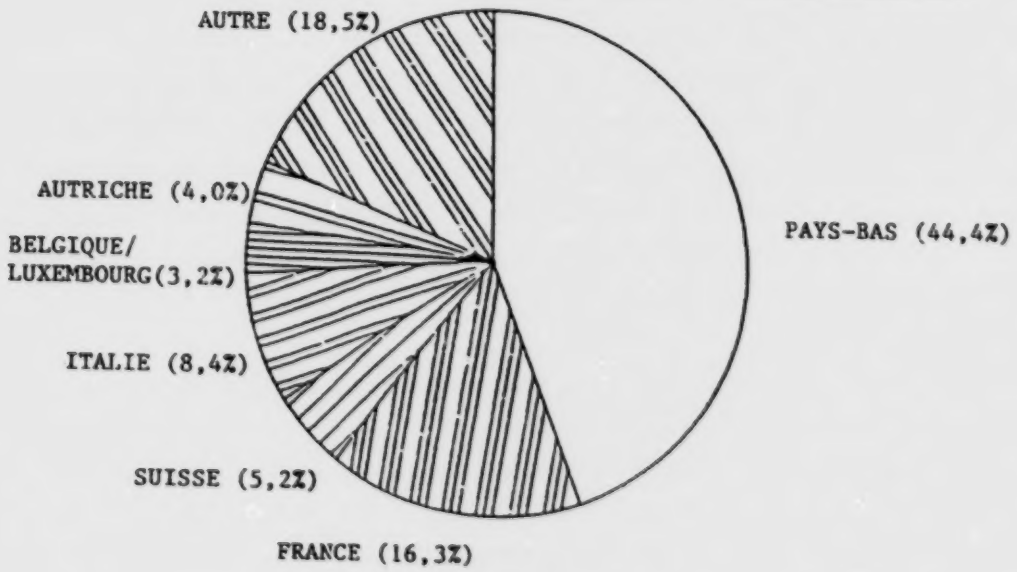
En fait d'exportations, les quatre exportateurs principaux de tourbe dans le monde (Allemagne de l'Ouest, Canada, Pays-Bas et Irlande) comptent pour près de 94% de l'ensemble des exportations (comme illustré dans le tableau 6 ci-contre). Les quatre exportateurs d'importance qui suivent représentent un autre 4% à 5%. Par

TABLEAU 7

ALLEMAGNE DE L'OUEST: EXPORTATIONS TOTALES DE TOURBE



Principaux marchés d'exportation de tourbe (1985)



SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies

conséquent, huit pays de l'Ouest (Allemagne de l'Ouest, Canada, Irlande, Pays-Bas, Finlande, Autriche, Belgique et Suède) constituent près de 99% des exportations de tourbe de l'Occident; les pays de l'Est se partagent le 1 ou 2% qui restent (URSS, Pologne et Hongrie).

Les paragraphes suivants donnent une description sommaire des principaux pays exportateurs de tourbe. Ils sont suivis d'une discussion plus détaillée de l'industrie de la tourbe du Canada.

1. ALLEMAGNE DE L'OUEST

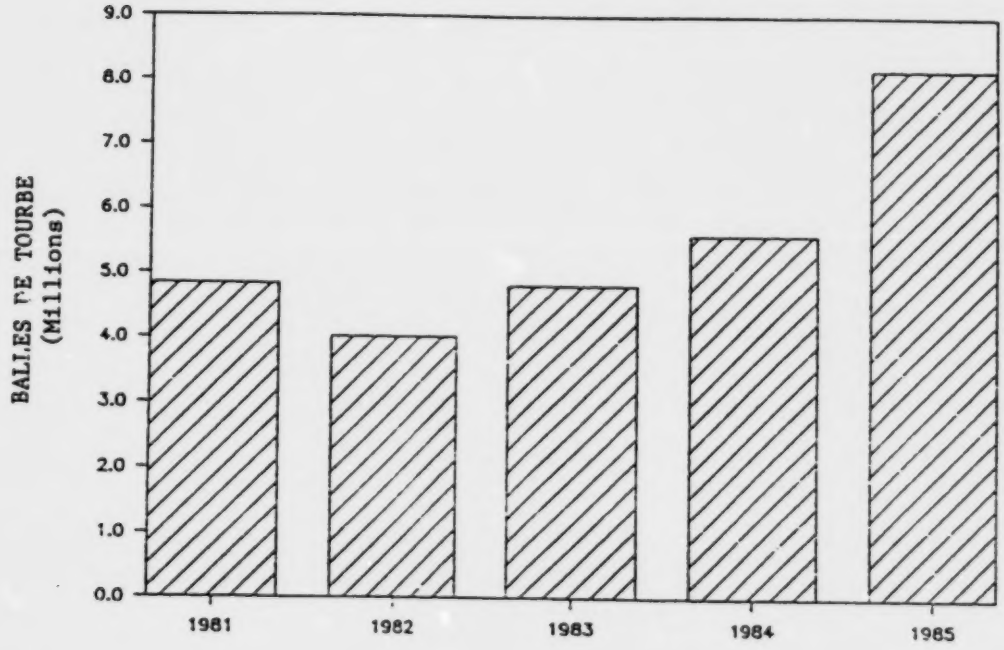
L'Allemagne de l'Ouest est le plus important exportateur de tourbe dans le monde, elle compte pour près de la moitié de toutes les exportations. Entre 1981 et 1985 elle a connu une croissance importante des exportations de tourbe, en effet les volumes ont doublé passant de 15 millions de balles à 31 millions. Cette croissance fut significative en 1984 et 1985, au moment où les exportations vers d'autres pays européens s'accrurent d'environ 20%. Les Pays-Bas sont le plus grand acheteur de ce produit: 44% des exportations de l'Allemagne de l'Ouest. La France est le second importateur de tourbe de l'Allemagne de l'Ouest comptant pour 16% de ses exportations, comme l'indique le tableau 7 ci-contre.

Près de 90% de la tourbe allemande produite est située dans la province du nord de Niedersachen, en Basse-Saxe. On a fait un usage intensif des tourbières à des fins agricoles et pour la production de tourbe horticole. Cette situation a entraîné une réaction négative de la part des groupes de conservation puisque les quelques tourbières intactes qui restent sont les dernières régions naturelles non touchées et sont considérées comme un exemple d'un écosystème rare dans ce pays.

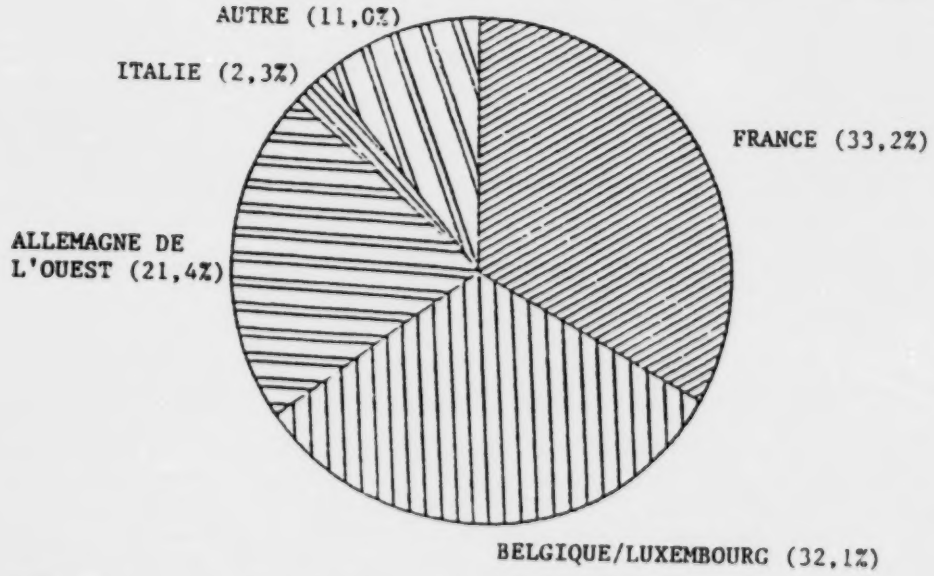
L'Association de l'Industrie de la Tourbe en Allemagne de l'Ouest représente environ 160 petits ou moyens producteurs

TABLEAU 8

PAYS-BAS: EXPORTATIONS TOTALES



Principaux marchés d'exportation de tourbe (1985)



SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies

de tourbe. Par le passé, son rôle principal fut d'agir de lien entre ses membres et le gouvernement, de même que de fournir des renseignements sur la nouvelle technologie et les techniques innovatrices de récolte. Plus récemment, l'Association s'est penchée sur la viabilité continue de l'industrie, à la lumière des politiques strictes de conservation du gouvernement.

Il existe également une Agence de Distribution de la Tourbe en Allemagne de l'Ouest ayant pour rôle principal de distribuer et d'offrir un service de marketing à environ 25 producteurs de la Basse-Saxe. L'Association compte un certain nombre de produits standard que les divers producteurs mélangent et emballent sous une marque de commerce. L'Association achète également de la tourbe des producteurs membres et la distribue à l'utilisateur final, dans la plupart des cas, un serriste.

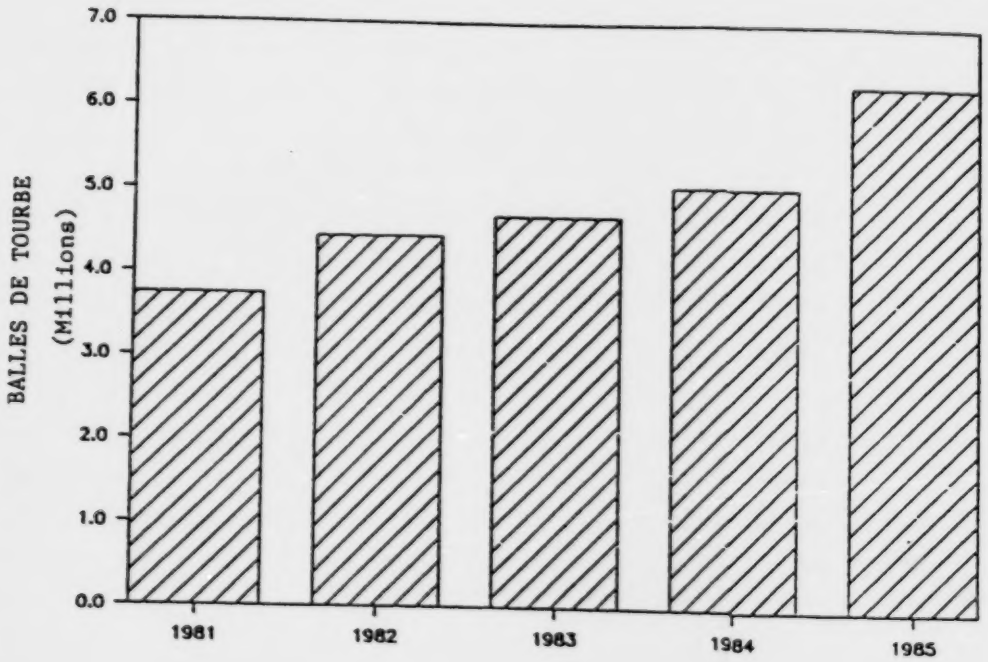
2. Les Pays-Bas

Les exportations de tourbe des Pays-Bas se sont aussi accrues depuis 1981; elles ont atteint 8,2 millions de balles en 1985, une augmentation de 70% des 4,8 millions de balles exportées en 1981. Les marchés principaux des Pays-Bas sont, par ordre d'importance, la France, la Belgique et le Luxembourg, ainsi que l'Allemagne de l'Ouest, comme l'indique le tableau 8 ci-contre. Ensemble, ils comptent pour 87% des exportations des Pays-Bas. Les Pays-Bas desservent toutefois également les marchés à l'extérieur de l'Europe de l'Ouest, d'abord le Moyen-Orient puis l'Afrique.

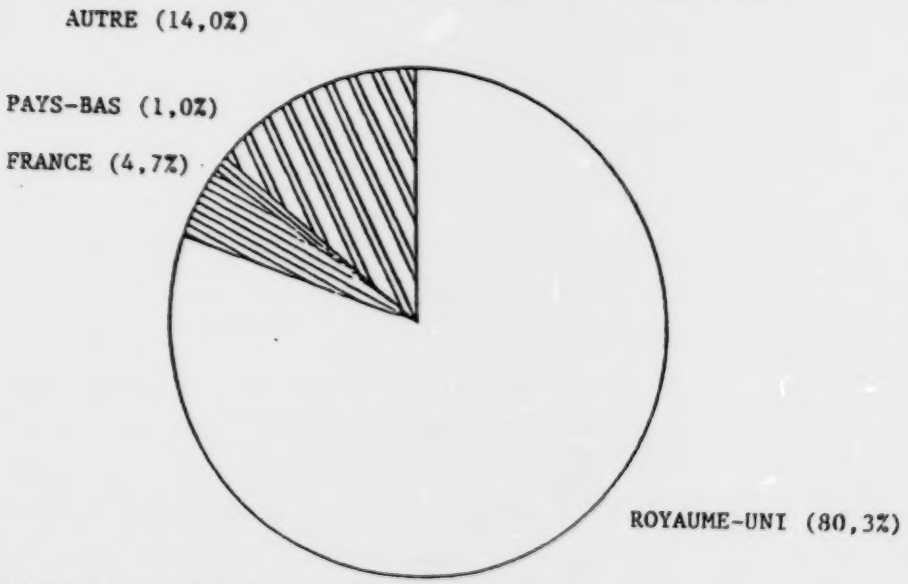
Notons que les Pays-Bas sont aussi un grand importateur de tourbe et ils en importèrent en 1985 plus de 13 millions de balles de l'Allemagne de l'Ouest. L'information dont on dispose ne permet pas de faire la balance entre la production, les importations, les exportations et les

TABLEAU 9

IRLANDE: EXPORTATIONS TOTALES



Principaux marchés d'exportation de tourbe (1985)



SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies

stocks pour les Pays-Bas. C'est pourquoi il est possible que les renseignements ne reflètent pas précisément les données de production des Pays-Bas et qu'il y ait double compte de la production de tourbe et de la répartition dans notre analyse du commerce mondial.

Bien que les Pays-Bas soient un exportateur important de tourbe, il n'y a aucun organisme dont le rôle est de coordonner les efforts de recherche ou les différents intérêts de gestion de tourbières du pays.

3. Irlande

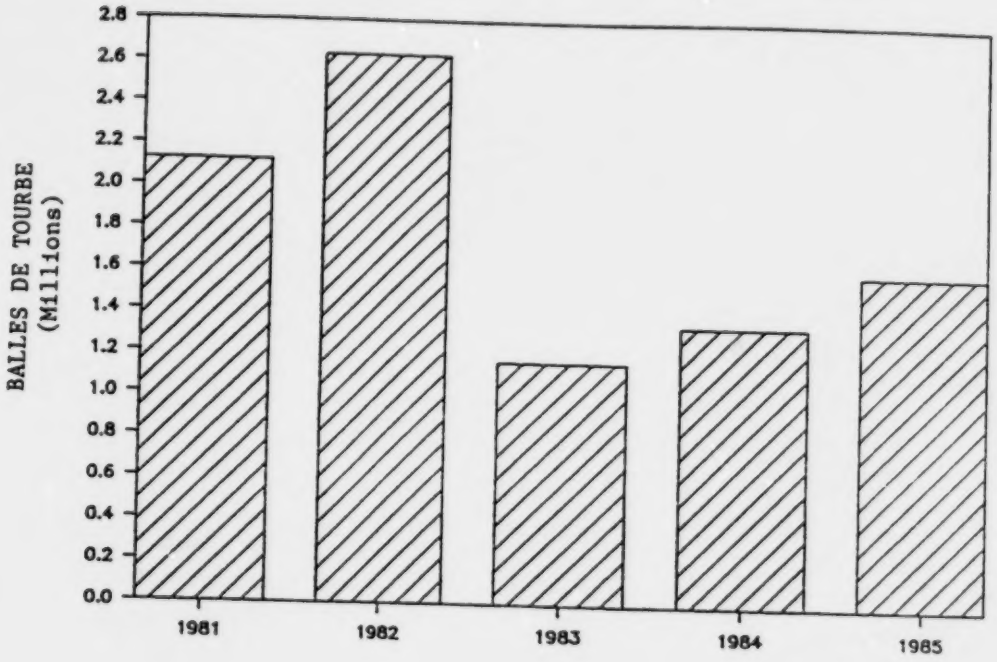
Les exportations de tourbe horticole de l'Irlande ont augmenté de 68% entre 1981 et 1985, passant de 3,7 millions de balles en 1981 à 6,3 millions de balles en 1985, comme l'indique le tableau 9 ci-contre. Le plus important acheteur de tourbe d'Irlande est le Royaume-Uni, plus de 80% des exportations de tourbe d'Irlande. Elle exporte également de la tourbe en France et aux Pays-Bas, et parfois au Moyen-Orient, en Afrique et en Amérique centrale.

Le développement de tourbières en Irlande est dominé par l'industrie de la tourbe combustible et est régi par le Bord na Mona, l'Autorité irlandaise de la tourbe. Le Bord na Mona estime qu'il pourra fournir des produits de tourbe jusqu'en 2030, année où ses dépôts seront presque épuisés.

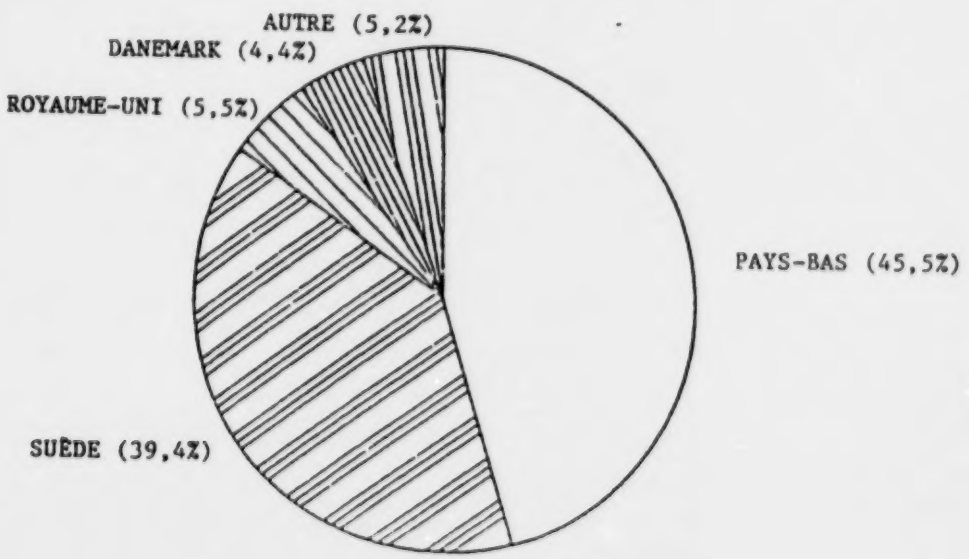
En 1946, le gouvernement irlandais adopta le «Turf Development Act» (Loi sur le développement de la tourbe) qui présentait de meilleures dispositions pour le développement dans l'intérêt national de la production, de la distribution et de l'approvisionnement de tourbe pour le pays. C'est à cette fin que le Bord na Mona fut mis sur pied. Il a le droit d'acheter des tourbières, d'entreprendre des recherches et le développement de la tourbe et de promouvoir la vente de

TABLEAU 10

FINLANDE: EXPORTATIONS TOTALES



Principaux marchés d'exportation de tourbe (1985)



SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies

produits de la tourbe. Le Bord na Mona s'occupe principalement de la production de tourbe combustible moulue afin de générer de l'électricité. Il joue également un rôle dans la production de briquettes et de boudins de tourbe de même que dans celle de la tourbe horticole. Le superficie de tourbières développées en Irlande est de 75 000 hectares et le Bord na Mona détient actuellement un total de 82 000 hectares de tourbières, développées et non développées.

4. Finlande

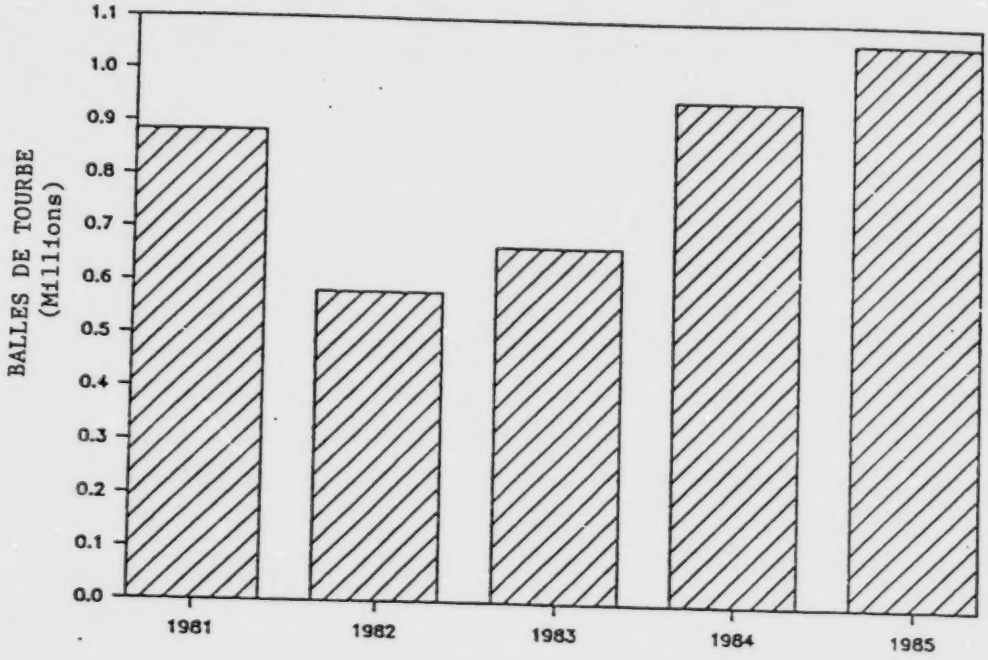
Contrairement aux autres exportateurs de tourbe susmentionnés, les exportations de la Finlande ont en général chuté entre 1981 et 1985. Dans cette période de cinq ans, les exportations atteignirent en 1982 un maximum de 2,6 millions de balles, puis tombèrent rapidement en 1983 à 1,2 million de balles. Depuis, les exportations ont donné des signes de croissance, s'élevant à 1,6 million de balles en 1985, comme il est indiqué dans le tableau 10 ci-contre.

Les marchés principaux de la Finlande sont les autres pays scandinaves dont la Suède et le Danemark, et des pays d'Europe comme le Royaume-Uni et les Pays-Bas. La chute des exportations de la Finlande aux Pays-Bas correspond à la hausse des exportations de l'Allemagne de l'Ouest vers ce pays. Il semble donc que l'Allemagne de l'Ouest s'est approprié ce marché de la Finlande.

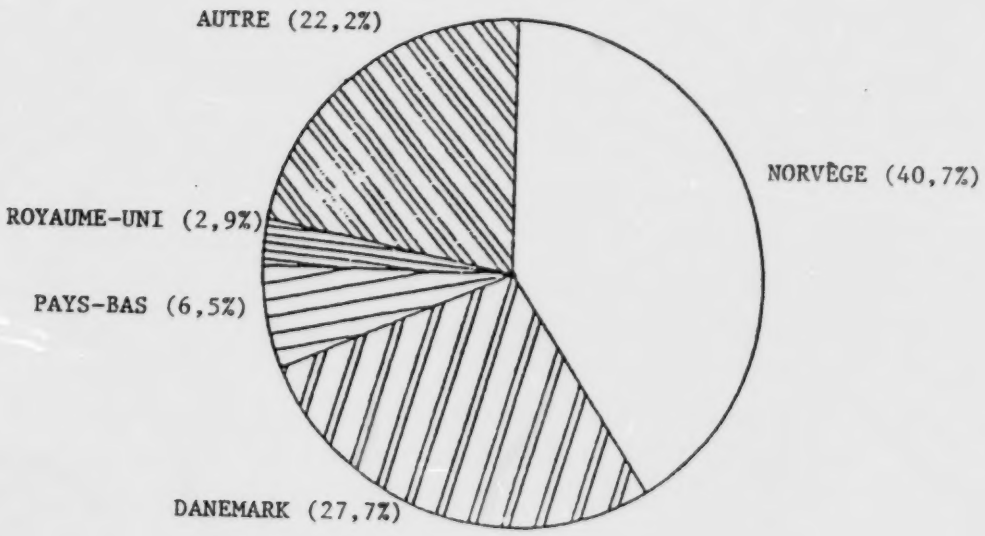
L'Association des Industries finnoises de Tourbe encourage l'expansion de l'industrie de la tourbe, de même que l'usage et la transformation de la tourbe à des fins horticoles. L'Association sert de lien entre le gouvernement et ses producteurs de tourbe membres, et fournit des conseils techniques et de marketing par l'entremise de services de consultation et de colloques. L'Association regroupe 28 producteurs et reçoit l'appui de 184 membres individuels.

TABLEAU 11

SUÈDE: EXPORTATIONS TOTALES



Principaux marchés d'exportation de tourbe (1985)



SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies

5. Suède

Les exportations de la Suède passèrent de 583 000 balles en 1982 à 1,1 million de balles en 1985, comme il est illustré dans le tableau 11 ci-contre.

Des marchés importants pour la tourbe suédoise sont la Norvège et le Danemark, qui comptent pour 68% des exportations de tourbe suédoise, dont un petit volume est destiné aux autres pays européens comme le Royaume-Uni et les Pays-Bas, de même que le Moyen-Orient et l'Afrique.

À la fin des années 60, la Suède travailla hardiment à la mise sur pied de l'industrie de la tourbe horticole. Des recherches furent menées par deux des plus gros producteurs de tourbes horticoles en Suède: Hasselfors Garden AB (une société fermée) et Svenska Torv (une société de la couronne).

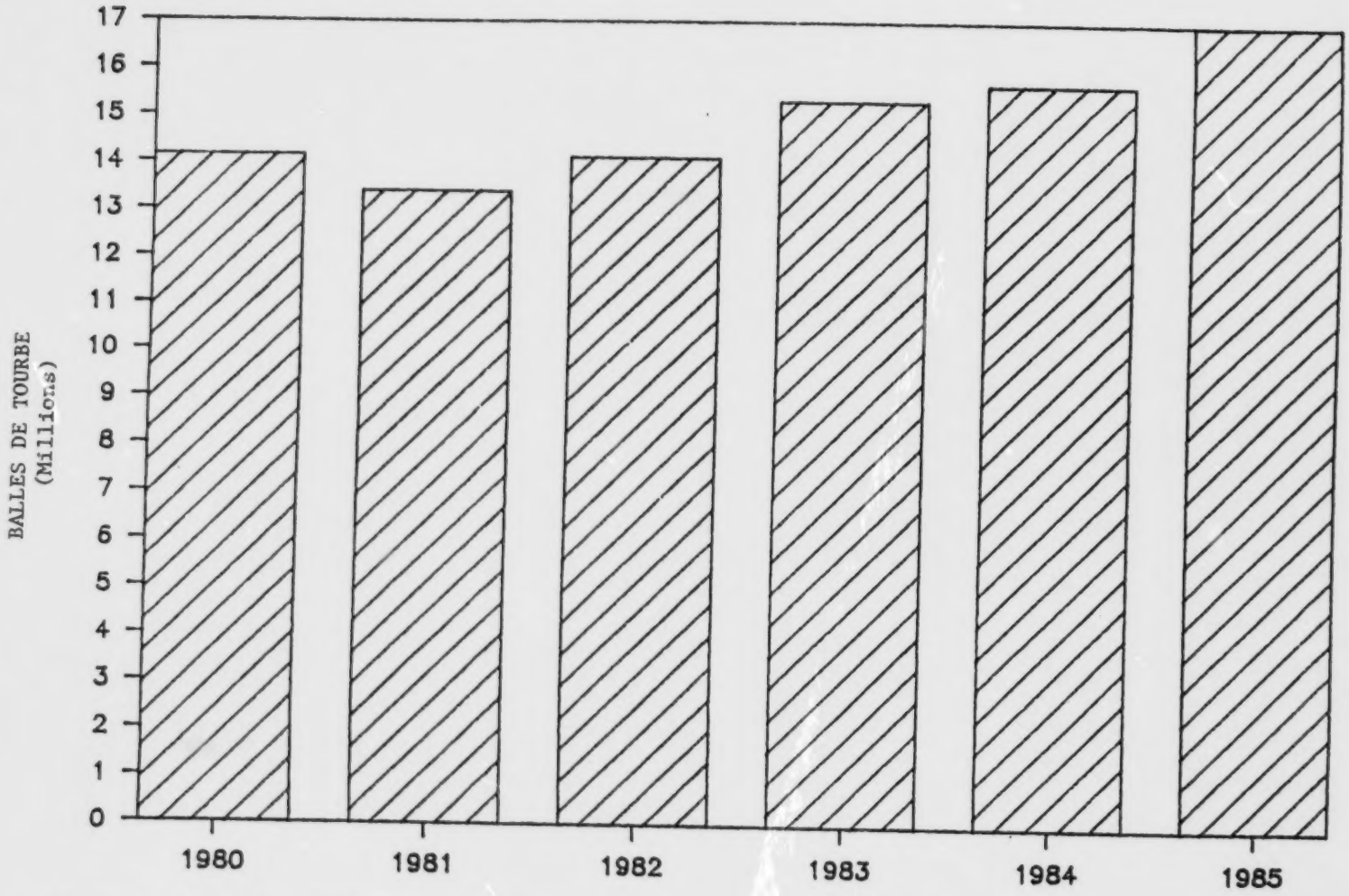
Les objectifs principaux de ces deux sociétés étaient les suivants: produire de la tourbe combustible là où c'est possible, développer d'autres usages pour la tourbe (outre l'énergie), améliorer ou élaborer de nouvelles méthodes d'extraction de tourbe et étendre la période de production afin d'en faire une activité annuelle grâce à une meilleure technologie.

L'Association des Producteurs de Tourbe de la Suède fut fondée en 1983 et compte parmi ses membres des producteurs de tourbe horticole et de tourbe combustible. L'Association a comme tâches principales d'élaborer une stratégie de marketing et de servir d'intermédiaire entre le gouvernement et ses membres.

En résumé, les principaux pays occidentaux d'exportation de tourbe, à l'exception du Canada, sont situés en Europe. Les statistiques commerciales susmentionnées, à l'exception de la tourbe utilisée à des fins de combustible, indiquent un volume important d'échanges entre les pays européens.

TABLEAU 12

PRODUCTION CANADIENNE DE TOURBE



SOURCE: Statistique Canada, 1985

Il est toutefois possible qu'il faille analyser la production et le commerce de la tourbe horticole et de la tourbe combustible ainsi que mener des recherches approfondies sur les ressources de tourbe horticole et combustible de chaque pays pour bien comprendre l'ensemble du commerce de la tourbe en Europe. Des analyses portant sur ces deux types de tourbe sont nécessaires afin d'assurer que ses mouvements sont étudiés et que le rapport entre les deux est identifié et évalué. Nous traiterons du sujet plus à fond dans le chapitre VI sur les marchés mondiaux de la tourbe.

B. LE CANADA DANS LE MARCHÉ MONDIAL DE LA TOURBE HORTICOLE

En 1985, 69 compagnies de tourbe au Canada ont produit 17,0 millions de balles, une hausse de 14,3 millions de balles en 1981. Le tableau 12 ci-contre illustre la production canadienne de 1980 à 1985.

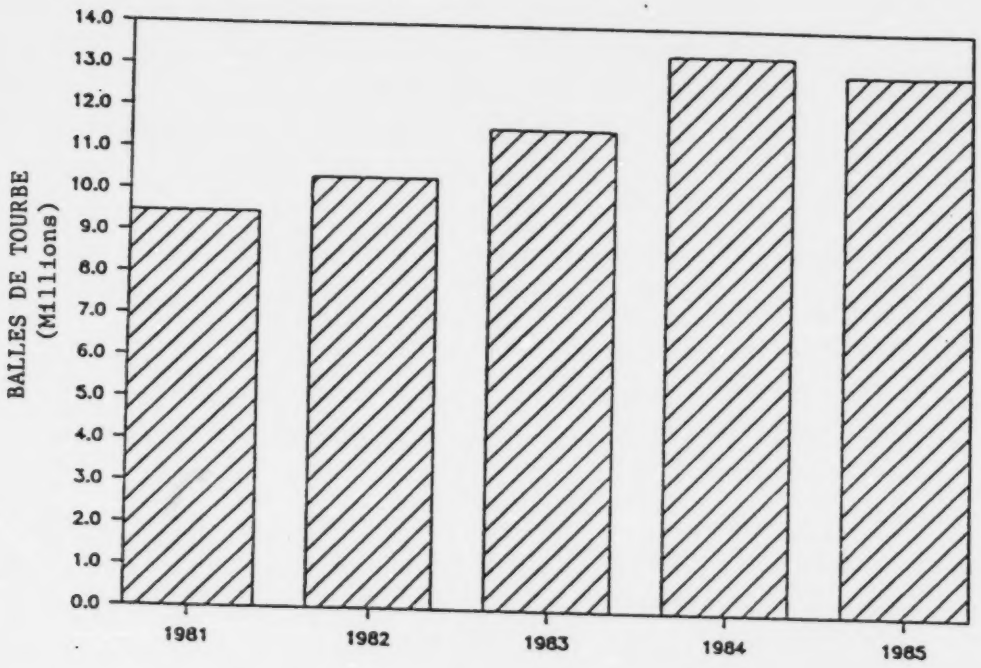
L'usage de la tourbe (à l'exception de la tourbe combustible) dans le marché national se limite aux applications horticoles par les consommateurs et les producteurs professionnels comme les serristes, les pépiniéristes, les jardiniers paysagistes et les producteurs de champignons. La consommation canadienne actuelle est d'environ 15% de la production; le reste est destiné aux marchés d'exportation.

Les exportations canadiennes de tourbe ont connu une bonne croissance entre 1981 et 1984, mais atteignirent un plateau en 1985, comme l'indique le tableau 13 au verso. Le niveau des exportations suit la production de près puisque les producteurs canadiens dépendent largement de la demande en exportations. En 1985, les États-Unis constituaient le marché principal de la tourbe avec 95% des exportations canadiennes. Après les États-Unis venait cette année-là le Japon, avec 4,7% des exportations. D'autres pays, environ 19 au total, comptent pour l'autre 0,3% des exportations canadiennes.

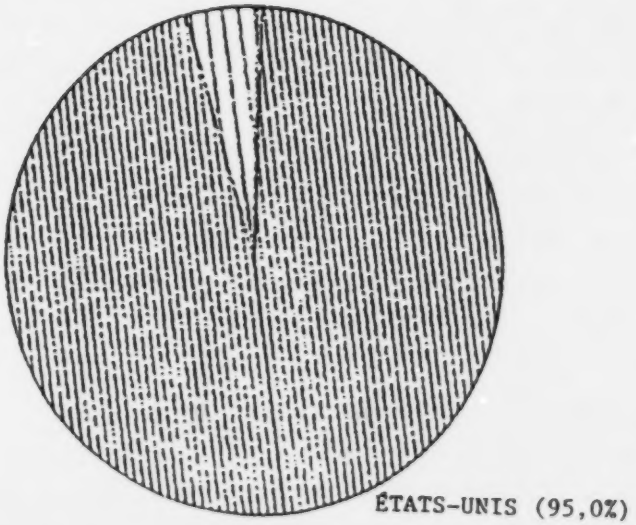
De 1982 à 1985, le Canada a perdu sa part du marché européen alors que ses exportations vers l'Europe passaient de 13 000 balles en 1982 à 725 balles en 1985. Une analyse des données commerciales des Nations Unies montre que les exportations canadiennes vers l'Europe ont été remplacées par des exportations provenant d'autres pays européens.

TABLEAU 13

EXPORTATIONS TOTALES CANADIENNES



Principaux marchés d'exportation de tourbe (1985)



SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies

Au cours de cette période, l'industrie européenne de la tourbe raffina ses méthodes de production; une augmentation des volumes de production et une structure concurrentielle des coûts s'ensuivirent. Le coût de la tourbe canadienne devint donc trop élevé en raison des frais d'expédition transatlantique. L'importance de ces frais d'expédition est illustrée par l'analyse suivante. Une balle de tourbe se vend environ 3,90 $, FAB la tourbière au Nouveau-Brunswick. Les frais d'expédition d'une balle de Saint-Jean au Nouveau-Brunswick à Le Havre en France est de 7,80 $, dans le cas d'un conteneur de 373 balles. Les frais d'expédition de tourbe de la tourbière à Saint-Jean et de Le Havre jusqu'à sa destination finale en France sont en sus des frais d'expédition du conteneur. Les producteurs ouest-allemands ont des frais d'expédition de la tourbière à la destination finale de la tourbe en France et ces frais sont considérablement moindres que ceux des producteurs canadiens. Les taux de change constituent un autre facteur influençant le coût de la tourbe sur les marchés internationaux. Les producteurs canadiens bénéficièrent entre 1982 et 1985 des mouvements des taux de change alors que le dollar canadien passa de 0,5206 $ CAN = 1 Deutsche mark (DM) à 0,5728 $ CAN.

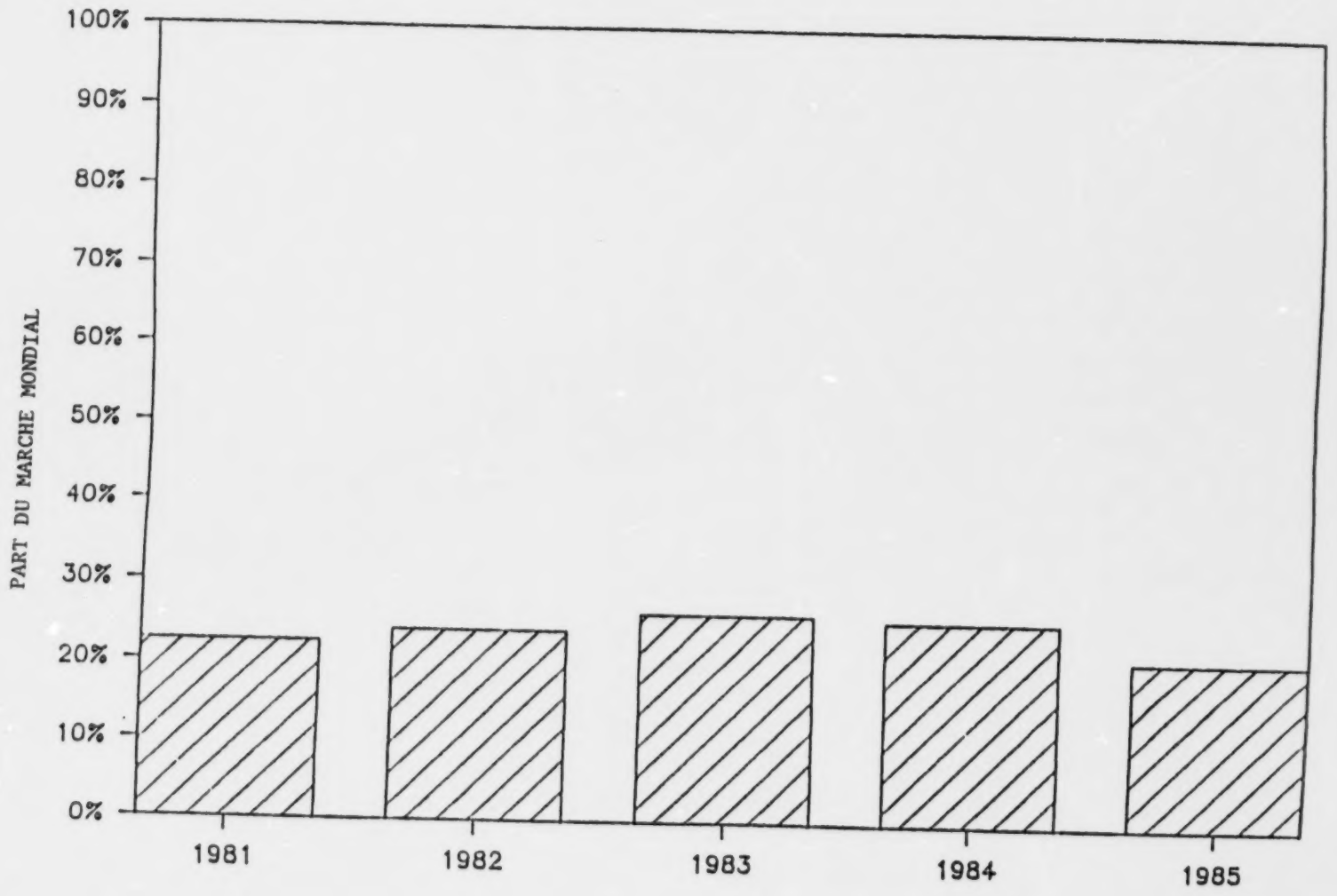
Mais, en dépit de cette tendance positive, les producteurs canadiens semblent avoir perdu leur part du marché en faveur des Européens, particulièrement de l'Allemagne de l'Ouest, et dans une moindre mesure, des Pays-Bas, dans tous les marchés importants de la tourbe sauf aux États-Unis et au Japon. Sur le marché américain, les producteurs européens subissent les inconvénients des frais d'expédition à l'instar de ceux des producteurs canadiens expédiant vers l'Europe.

Dans le cas du Japon, les producteurs canadiens sont également avantagés en termes de frais d'expédition puisque les sources japonaises déclarent que l'expédition au Japon en passant par le canal de Panama est moins coûteuse que par le canal de Suez.

Cette analyse montre que les frais d'expédition et les prix concurrentiels constituent le facteur clé le plus souvent mentionné de la pénétration des marchés étrangers examinés au chapitre VI.

TABLEAU 14

PART CANADIENNE DU MARCHÉ MONDIAL



SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies

Le Canada est donc un joueur important dans le marché mondiale de la tourbe horticole et il vient au deuxième rang derrière l'Allemagne de l'Ouest, en termes d'exportation. Le tableau 14 ci-contre illustre la part détenue par le Canada du marché mondial entre les années 1981 et 1985. La réduction de la part du marché mondial détenue par le Canada en 1985 illustre l'augmentation importante des échanges entre les pays d'Europe.

Comme nous l'avons déjà mentionné, les renseignements dont on dispose ne permettent pas de connaître la balance entre la production, les importations, les exportations et les stocks de deux exportateurs principaux, l'Allemagne de l'Ouest et les Pays-Bas. Il est possible que la tourbe qui est expédiée d'un pays à un autre et réexpédiée vers un pays tiers soit comptée deux fois. Cela a pour effet de réduire la part réelle de production mondiale du Canada, mais non sa part du marché mondial.

En résumé, les exportateurs principaux de tourbe horticole en 1985 étaient:

- l'Allemagne de l'Ouest - 30,9 millions de balles
- le Canada - 12,9 millions de balles
- les Pays-Bas - 8,2 millions de balles
- l'Irlande - 6,3 millions de balles

Ensemble, ces quatre pays exportent 90% de la production de tourbe dans le monde, l'Allemagne de l'Ouest constituant à elle seule 50% du marché mondial total.

Les trois plus grands producteurs européens desservent essentiellement les marchés d'Europe et du Moyen-Orient. Des expéditions moindres ont été effectuées vers les pays du Pacifique, ainsi que les marchés de l'Amérique du Sud et du Nord.

Le Canada, le principal exportateur en Amérique du Nord, a accru ses marchés aux États-Unis et au Japon. Il a aussi effectué des petites livraisons de tourbe vers l'Europe, le Moyen-Orient et l'Amérique du Sud.

Les modèles d'échange pour la période s'étendant de 1981 à 1985 inclusivement indiquent que le Canada a perdu une part du marché en Europe et au Moyen-Orient alors que les pays européens exportateurs ont largement augmenté leurs exportations et leur production. Cette perte a cependant été plus que compensée par l'accroissement des exportations vers les États-Unis et le Japon, et l'industrie de la tourbe du Canada a donc prospéré.

Les modèles commerciaux indiquent l'importance des prix dans les marchés de la tourbe. Il n'est pas surprenant que les producteurs européens dominent les marchés de l'Europe et du Moyen-Orient puisqu'ils en sont plus proches. Ces producteurs n'ont cependant pas fait d'incursions dans les marchés de l'Amérique du Nord et du Japon. Le Canada détient un avantage géographique évident sur le marché nord-américain, et les frais d'expédition maritime des producteurs européens au Japon sont plus élevés que ceux du Canada. Les importateurs japonais déclarent qu'il en coûte moins pour expédier de la marchandise par le canal de Panama que par le canal de Suez.

L'Allemagne de l'Ouest est le producteur européen le plus dynamique et elle a expédié en 1985 de la tourbe dans environ 40 pays par rapport à 24 pour les Pays-Bas et à 18 pour l'Irlande. En contexte, l'Allemagne de l'Ouest a sept marchés d'exportation beaucoup plus importants que le second marché en importance du Canada, le Japon. On sait cependant que l'Allemagne de l'Ouest perd du terrain en Australie et en Nouvelle-Zélande, car cette dernière est en voie de développer ses ressources en tourbe. Le Canada devrait surveiller attentivement les exportations de la Nouvelle-Zélande, ce producteur est en effet bien situé pour pénétrer le marché japonais et livrer une concurrence directe aux producteurs canadiens.

IV. LE MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN DE LA TOURBE HORTICOLE

Le présent chapitre trace les grandes lignes du marché nord-américain pour la tourbe horticole. Le Canada est compris dans notre étude bien qu'elle porte surtout sur les États-Unis. La tourbe est produite dans chacune des dix provinces du Canada, et à l'exception de l'Ontario, aucune province n'a besoin d'en importer de grandes quantités.

Au contraire, les États-Unis importent environ 35% de leurs besoins annuels en tourbe horticole mais surtout, environ 98% de leur consommation de tourbe à base de mousses sphaignes. Il s'agit donc d'un marché encore plus intéressant que le marché canadien pour les producteurs du Nouveau-Brunswick qui font l'extraction de ce type de tourbe.

Cette partie du rapport débute avec une discussion des types de tourbe utilisés, de l'envergure du marché nord-américain et des principaux pays fournisseurs. Les marchés du Canada et des États-Unis sont ensuite décrits plus en détail.

A. TYPES DE TOURBE

La consommation de tourbe horticole en Amérique du Nord inclut quatre types de tourbe: tourbe de roseaux et de carex, tourbe d'hypnacées, tourbe de sphaignes et tourbe d'humus. Il s'agit de conditionneurs organiques modifiant la texture du sol ou la distribution de la taille des particules afin d'en améliorer l'aération et l'écoulement.

L'usage principal de la tourbe en Amérique du Nord est l'amélioration générale du sol et des pépinières. Chaque type de tourbe a des caractéristiques particulières le rendant plus adéquat à certaines applications. Nous mentionnerons brièvement ci-dessous les propriétés de chaque type suivant Nancy Agnew, professeur adjointe d'horticulture à l'Université de l'État d'Iowa à Ames, en Iowa.

La tourbe de sphaignes est un conditionneur de sol passable. Elle est légère, retient très bien l'eau et son pH va de 3,0 à 4,0 la rendant idéale pour les plantes éricacées (acidophile). Les mousses de sphaignes ont cependant un taux rapide de décomposition et constituent un mauvais choix si l'on souhaite ajouter de la matière organique stabilisée. En outre, la tourbe est faible en nutriments puisqu'elle ne contient que de 0,6% à 1,4% d'azote.

La tourbe à base de mousses hypnacées est un bon conditionneur de sol. En raison de son taux de décomposition modéré, elle est un ajout de matière organique stable passable; d'un pH de 5,0 à 7,0, ce type de

tourbe convient aux plantes non-éricacées. Elle est riche en nutriments, contient de 2,0% à 3,5% d'azote et retient bien l'eau.

La tourbe de roseaux et de carex est en partie formée de roseaux, de carex, d'herbes de marécage et de quenouilles. Ses caractéristiques varient largement d'une tourbière à l'autre et une tourbe de roseaux et de carex faible en chaux aura un pH de 4,0 à 5,0 et contiendra entre 1,5% et 3,0% d'azote. Cette tourbe est généralement un bon conditionneur de sol, elle possède une capacité moyenne de rétention d'eau, un faible taux de décomposition et constitue une bonne source de matière organique stabilisée.

Ainsi, bien qu'il soit préférable d'utiliser un certain type de tourbe plutôt qu'un autre dans certaines circonstances, elles sont en fait interchangeables comme conditionneurs généraux de sol.

B. AMÉRIQUE DU NORD

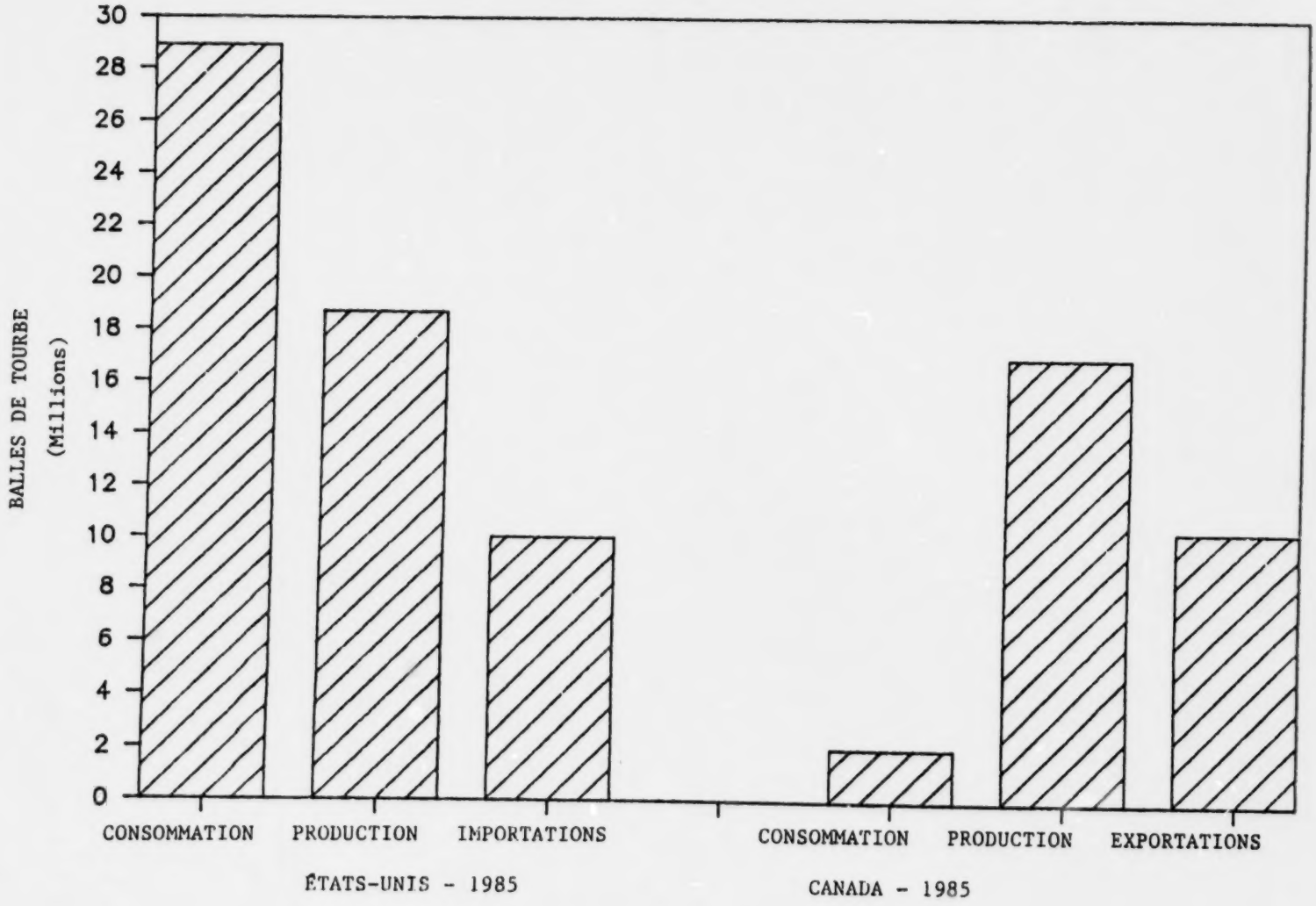
Nous évaluons la consommation de tourbe horticole de tous les types en Amérique du Nord en 1986 à un peu moins de 1,4 million de tonnes, ou environ 40 millions de balles. Cela comprend environ 16,7 millions de balles de tourbe de sphaignes, 15,2 millions de balles de tourbe de roseaux et de carex, 6,5 millions de balles de tourbe d'humus et 1,1 million de balles de tourbe d'hypnacées. L'estimation de la taille de notre marché repose sur une analyse des renseignements suivants:

- la production de tourbe canadienne suivant Statistique Canada,
- les statistiques de production de tourbe aux États-Unis par le Bureau of Mines américain, et
- les statistiques d'importations américaines du Bureau of Mines américain.

Les États-Unis représentent environ 95% du marché de l'Amérique du Nord et consommèrent environ 37,4 millions de balles (1,3 million de tonnes de tourbe) en 1986. Cela comprend environ 15,2 millions de balles de tourbe de roseaux et de carex, 14,7 millions de balles de

TABLEAU 15

MODÈLES COMMERCIAUX ENTRE LE CANADA ET LES ÉTATS-UNIS



SOURCE: Bureau of Mines des États-Unis, Statistique Canada

tourbe de sphaignes, 6,5 millions de balles de tourbe d'humus et 1,1 million de balles de tourbe d'hypnacées. En comparaison, le Canada consomma environ 2 millions de balles en 1985, dont plus de 99% étaient de la tourbe de sphaignes.

Les sources de l'industrie rapportent que la tourbe de sphaignes est utilisée à des fins plus spécialisées et qu'elle est la préférée des producteurs commerciaux pour la mise des plants en terre. En outre, la tourbe de roseaux et de carex est une tourbe moins dispendieuse utilisée lorsque la stérilité ne pose pas de problème.

Les producteurs de l'Amérique du Nord fournissent plus de 99% de la tourbe consommée dans leur marché. Le Canada est cependant dans ce marché un exportateur important de tourbe alors que les États-Unis sont un importateur net. Le tableau 15 ci-contre illustre les modèles commerciaux du Canada et des États-Unis. D'après ceux-ci le Canada exporte plus de 85% de sa production de tourbe et n'en importe pratiquement pas ce qui n'est pas le cas des États-Unis s'ils veulent répondre à la demande.

Les États-Unis n'exportent pratiquement pas de tourbe et importèrent environ 14,5 millions de balles de tourbe, ou 35% de leur consommation nationale, en 1986. Par conséquent, comme le Canada satisfait à ses propres besoins et qu'il représente 99% des importations des États-Unis, il est clair que les producteurs d'Amérique du Nord répondent à près de la totalité de la demande du continent.

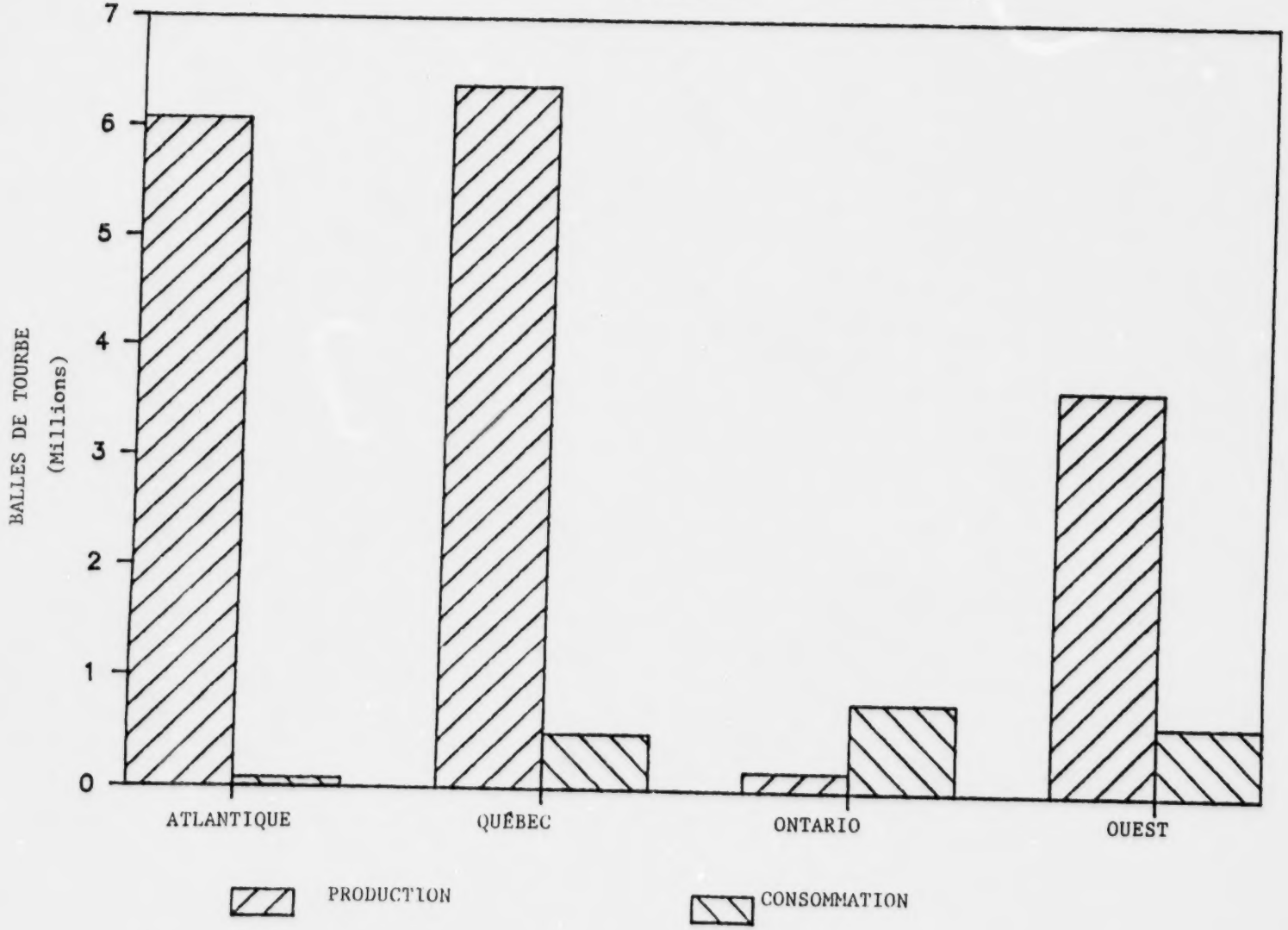
Outre les États-Unis, le Canada exporte de la tourbe dans environ 19 autres pays. Le Japon représente l'autre marché principal du Canada; le chapitre VI abordera la question plus en détail de même que les autres marchés internationaux choisis.

Remarque: Veuillez prendre note que dans le tableau 15 sur les États-Unis, la somme de la production et des importations n'égale pas la consommation. Pour le Canada, la production n'égale pas la somme de la consommation et des exportations. Les différences reposent sur les changements de stocks laissés pour compte dans l'analyse.

TABLEAU 16

PRODUCTION ET CONSOMMATION DE TOURBE

AU CANADA



C. LE MARCHÉ NATIONAL CANADIEN

Selon Statistique Canada environ 15% de la production canadienne est vendu sur le marché national et 85% est exportée. Le marché canadien est d'environ 2 millions de balles toutes produites au Canada. Le marché de consommation est d'environ 99% de tourbe de sphaignes et la tourbe d'hypnacées est produite et vendue en petite quantité en Ontario et en Alberta. Les données de Statistique Canada ne distinguent pas entre les différents types de tourbe. Plus de 90% de toute la production est emballée.

Le marché canadien prit rapidement de l'ampleur pendant les années 60 et 70 grâce à l'évolution de l'industrie et à une meilleure connaissance et acceptation de la tourbe. Les distributeurs sont toutefois d'avis que la croissance s'est stabilisée dans les années 80 et ils comptent sur les marchés étrangers pour prendre de l'expansion.

D'après un récent rapport du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Ontario, les usagers professionnels et les producteurs représentent environ de 45% à 50% du marché canadien pour la tourbe horticole. Les producteurs de fleurs et de légumes en serres, de champignons, les serristes commerciaux, les jardiniers paysagistes et les pépiniéristes comptent parmi les usagers professionnels.

L'usage commercial de la tourbe compte pour l'autre portion de 50% à 55% du marché. Les consommateurs utilisent la tourbe pour le jardinage et le jardinage paysagiste. Ils achètent de la tourbe dans des points de vente au détail comme les centres de jardinage, les quincailleries, les pépinières et les magasins à rayons. Notre analyse confirment ces résultats.

À l'exception de l'Ontario, la plupart des régions du Canada approvisionnent leurs marchés locaux et exportent de grandes quantités de tourbe afin de maintenir des volumes de production économiques. Le

TABLEAU 17

CANAUX DE DISTRIBUTION

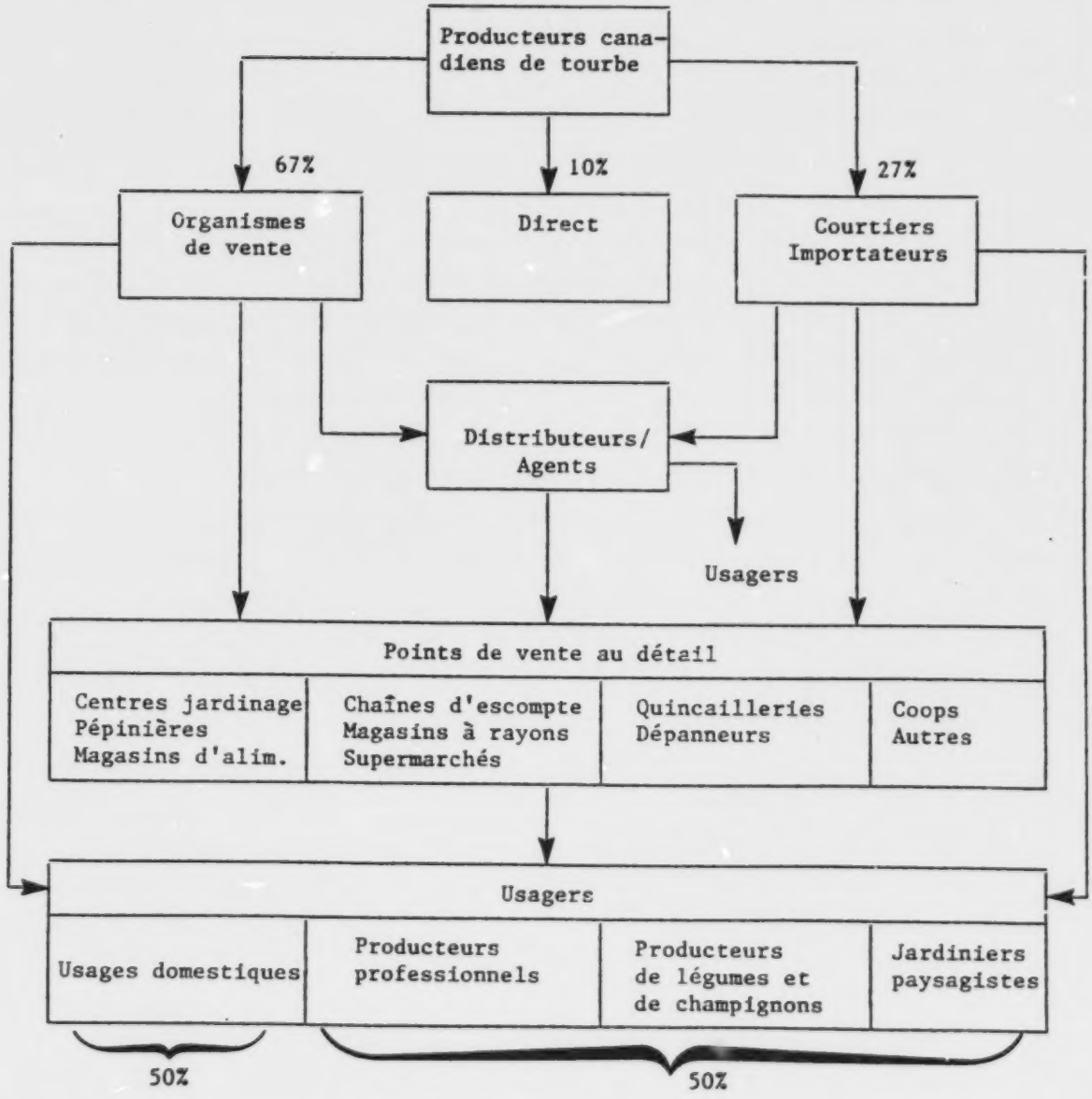


tableau 16 ci-contre illustre la taille des marchés estimés et la production de tourbe des diverses régions au Canada. Il montre que la production des principales régions productrices de tourbe excède largement la consommation locale et que leur survie repose sur les marchés d'exportation. L'Ontario ne produit pas suffisamment de tourbe pour répondre à la demande provinciale et importe du Québec, du Nouveau-Brunswick et du Manitoba. Le Québec et le Nouveau-Brunswick approvisionnent les marchés du sud de l'Ontario, tandis que le Manitoba dessert les marchés du nord-ouest de l'Ontario.

Les canaux de distribution pour la tourbe horticole au Canada sont assez complexes en raison du nombre et des types d'intermédiaires desservant le marché. Le tableau 17 ci-contre illustre la structure des canaux de distribution disponibles. Généralement, les plus gros producteurs traitent directement avec les usagers finaux et ont des organismes de marketing et de vente. Les petits producteurs ont tendance à vendre par l'entremise d'agents et de distributeurs de gros ayant en stock divers produits horticoles.

En 1973, les producteurs du Nouveau-Brunswick ont vendu de la tourbe à trois types d'acheteurs. Le groupe le plus important était formé de compagnies de ventes des États-Unis qui comptaient pour 85% de la tourbe vendue. Le rapport de Kates, Peat Marvick & Co. «The New Brunswick Peat Moss Industry» de mai 1973 n'indique pas si ces compagnies de vente sont associées aux producteurs du Nouveau-Brunswick. Le second groupe, les courtiers et importateurs, comptait pour 14% des ventes, et l'autre 1% s'en va directement aux usagers finaux.

Notre enquête portant sur les producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick indique que le modèle a changé de la manière suivante. Les organismes de vente, associés aux producteurs ou dont ils sont propriétaires, comptent maintenant pour 63% des ventes, par volume. Le reste du volume est vendu par des courtiers (27%) et acheminer aux usagers finaux (10%). Ce changement dans les modèles de vente reflète les tendances suivantes:

- Les gros producteurs établissent leurs organisations de vente aux États-Unis afin de mieux desservir ce marché important.

- Lorsque possible, les producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick vendent directement à l'usager final afin d'avoir plus de contrôle sur le procédé de distribution et de minimiser leurs frais. Cette tendance reflète également la croissance de la demande de tourbe par les compagnies, dans la mesure où ils peuvent maintenant acheter des volumes suffisants pour garantir des achats directs aux producteurs.

- La fondation de petites entreprises de production comptant largement sur les courtiers pour distribuer leurs produits en Amérique du Nord et sur les exportations croissantes vers le Japon où l'on fait appel aux courtiers pour distribuer la tourbe aux usagers finaux.

L'augmentation des achats dans le secteur des usagers commerciaux dont les producteurs professionnels, les producteurs de légumes et de champignons et les jardiniers paysagistes constitue l'autre changement important survenu depuis le rapport Kates. En 1973, ces derniers comptaient pour 30% des ventes de tourbe et en 1985 pour 45% à 50%. Nous discuterons plus en détail de cette tendance dans le chapitre V du présent rapport.

Les renseignements dont on dispose ne nous permettent pas de citer les volumes passant par chacun des canaux vers les usagers. La tendance est cependant, suivant les sources de l'industrie, en faveur de canaux plus courts afin de minimiser les frais de distribution et de gagner autant de contrôle que possible sur les canaux.

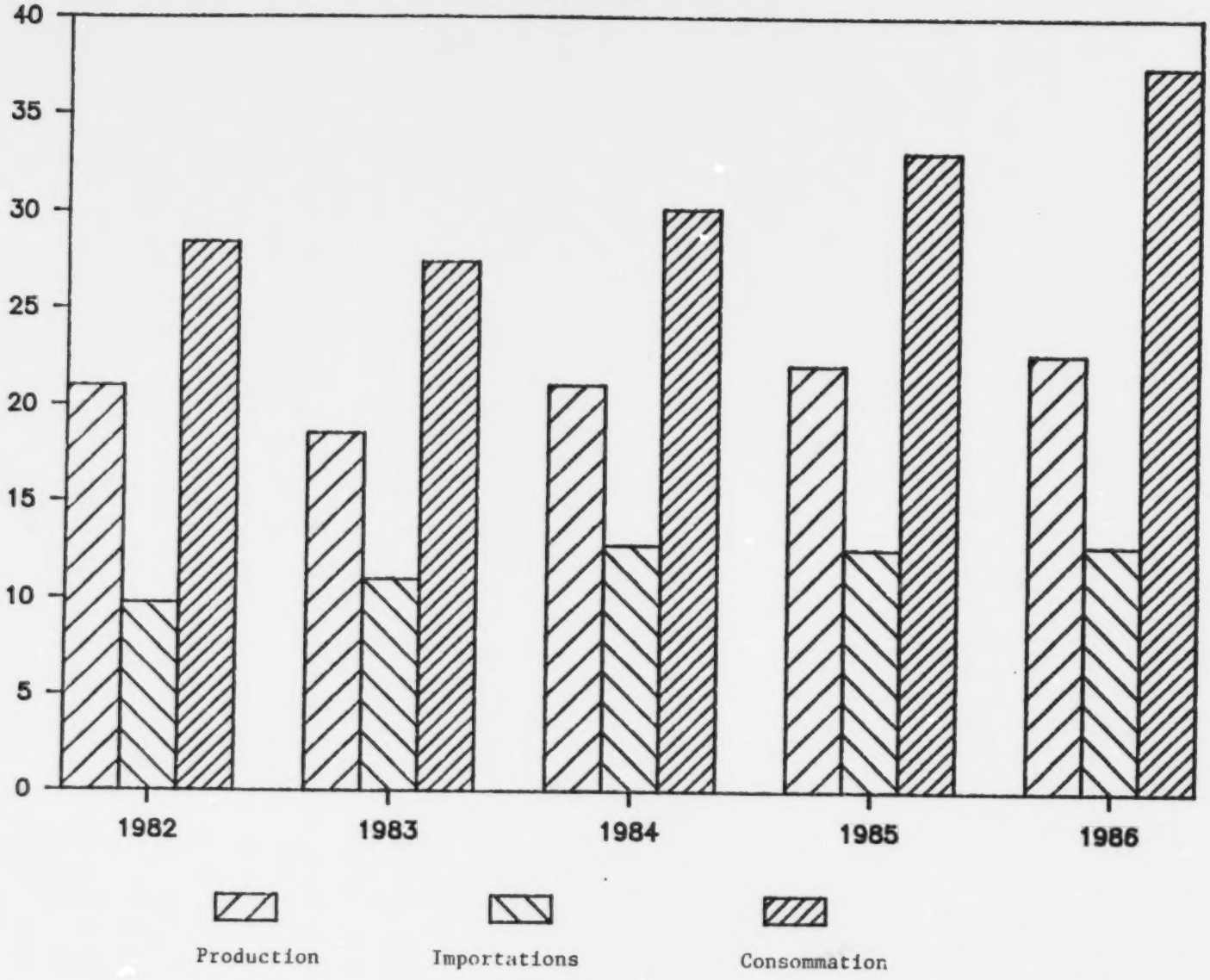
Le marché canadien ne semble pas offrir d'occasions d'affaires importantes aux producteurs du Nouveau-Brunswick et ce, pour les raisons suivantes:

- Le marché est relativement restreint, soit environ un vingtième du marché américain. Par exemple, l'Ontario, la plus grande province

TABLEAU 18

CONSOMMATION, PRODUCTION ET IMPORTATIONS

DE TOURBE AUX É.-U.



importatrice de tourbe au Canada, achète environ un million de balles, un marché insignifiant par rapport à la région atlantique des États-Unis de plus de 8,5 millions de balles. De plus la saison de croissance au Canada est considérablement plus courte qu'aux États-Unis. Les industries de production commerciale, les plus grands usagers de tourbe, sont donc moins bien développées au Canada qu'aux É.-U.

- Les provinces de l'Ouest, le Manitoba, la Saskatchewan, l'Alberta et la Colombie-Britannique ne sont pas des marchés adéquats pour les producteurs du Nouveau-Brunswick qui ne peuvent concurrencer les fournisseurs locaux en raison des frais de transport.

- Le Québec est un producteur et un exportateur important; ce marché ne semble donc pas présenter d'occasions de croissance pour les producteurs du Nouveau-Brunswick.

La présente étude porte par conséquent principalement sur les États-Unis. Les sections suivantes donnent des détails sur ce pays.

D. LES ÉTATS-UNIS

D'après le Bureau of Mines américain la consommation de tourbe aux États-Unis à des fins horticoles (y compris la production de mélanges de sol) était de 1 290 000 tonnes ou d'environ 37 millions de balles en 1986. Cela représente une augmentation de 13% par rapport à la consommation de 1985. Pour répondre à cet accroissement de consommation, on augmenta la production nationale de 4%, les importations de 2% et on réduisit les stocks.

Le tableau 18 ci-contre présente la consommation, la production nationale et les importations de tourbe aux É.-U. pour la période de 1982 à 1986. Voici nos commentaires:

- Le marché a montré un taux de croissance annuel d'environ 2% et une chute en 1983.

- Environ 51% de la production nationale vendue et 100% des importations sont emballées. La tourbe emballée est constituée de 14,5 millions de balles de tourbe de sphaignes, 8,9 millions de balles de tourbe de roseaux et de carex, 1,9 million de balles de tourbe d'humus et 0,5 million de balles de tourbe d'hypnacées.

- Les importations représentent une plus grande part du marché. La dépendance sur les importations nettes (définie comme les importations - les exportations + les redressements pour les changements des stocks du gouvernement et de l'industrie), exprimée en pourcentage de la consommation apparente, est passée de 29% en 1982 à 39% en 1986.

- Les produits canadiens comptent pour plus de 99% des importations chaque année.

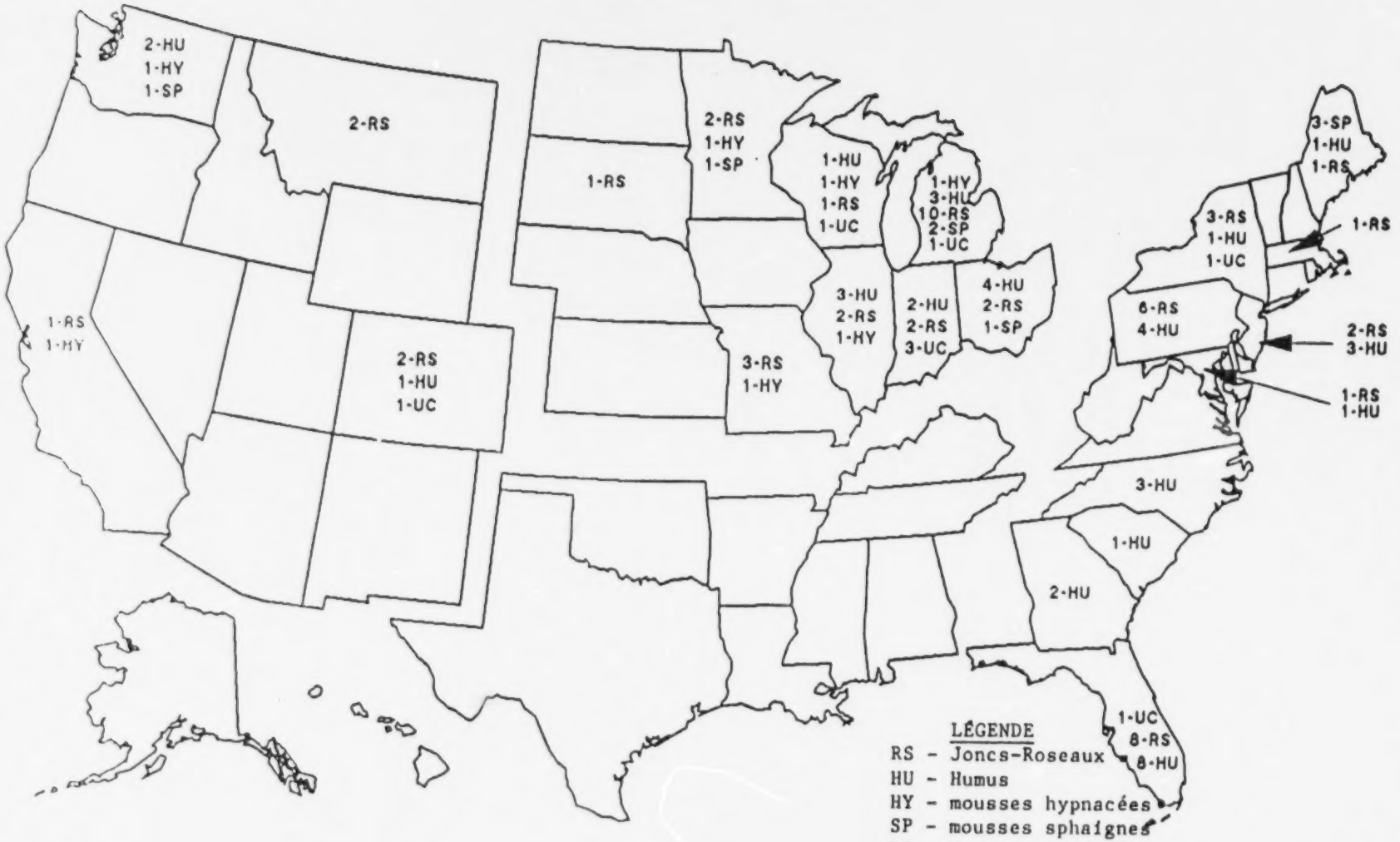
Au cours des dix années qui ont précédé 1983, la demande américaine pour la tourbe horticole s'est accrue au taux moyen de 1,6%. Le Bureau of Mines des États-Unis prévoit que la demande agricole pour la tourbe augmentera à un taux annuel moyen de 2% à 3,5% d'ici l'an 2 000. On s'attend donc à un marché pour la tourbe horticole de plus de 43,5 millions de balles en 1990.

Contrairement au marché canadien, le marché américain achète diverses tourbes. La tourbe de roseaux et de carex qui compte pour 40% du marché et celle de sphaignes pour 39% représentent la majorité du marché. Les 21% qui restent de la consommation sont constitués à 17% de tourbe d'humus, 3% de tourbe d'hypnacées et 1% de tourbe de nature indéfinie.

On ne prévoit pas que la production de tourbe aux États-Unis croît au même rythme que la demande nationale et les importations représenteront donc dans l'avenir une part de plus en plus importante du marché.

TABLEAU 19

EXPLOITATIONS DE TOURBE AUX ÉTATS-UNIS



Source: Bureau of Mines du Interior Department des É.-U.

En 1986, 83 entreprises américaines produisirent activement de la tourbe dans 97 opérations réparties dans 22 états. Les principaux états producteurs de tourbe, la Floride et le Michigan, comptent respectivement pour 40% de la production américaine. Les trois autres grands états producteurs, l'Indiana, l'Illinois et le Colorado, comptent pour un autre 13% de la production américaine. Ainsi, cinq états produisent 78% de la tourbe aux États-Unis. Le tableau 19 ci-contre montre la production de tourbe par type et par état.

E. PRINCIPAUX MARCHÉS AMÉRICAINS

Nous avons divisé les États-Unis en quatre régions (Atlantique, Centre-Nord, Centre-Sud et Ouest), comme vous le verrez dans le tableau 20 figurant au verso. Cette partie examine les variables du marché qui se prêtent à l'analyse régionale. Le chapitre V du présent rapport étudie le marché des États-Unis du point de vue de l'usager final.

1. Modèle de consommation régionale

La région de l'Atlantique consomme la plus grande quantité de tourbe. Nous estimons que cette région consomme environ 13 millions de balles de tourbe (460 000 tonnes) et qu'elle compte pour 35% des achats de tourbe, par volume, des États-Unis. Des estimations de marché pour chaque région figurent dans le tableau 21 au verso. La région du Centre-Nord est la deuxième en importance et compte pour 30% (11,3 millions de balles) de la consommation. Les régions du Centre-Sud et de l'Ouest sont beaucoup plus petites, elles représentent respectivement 20% (7,5 millions de balles) et 15% (5,8 millions de balles) du marché.

Nos estimations des marchés régionaux reposent sur une analyse de la production de tourbe, les importations, la population et le nombre de producteurs horticoles professionnels de chaque région.

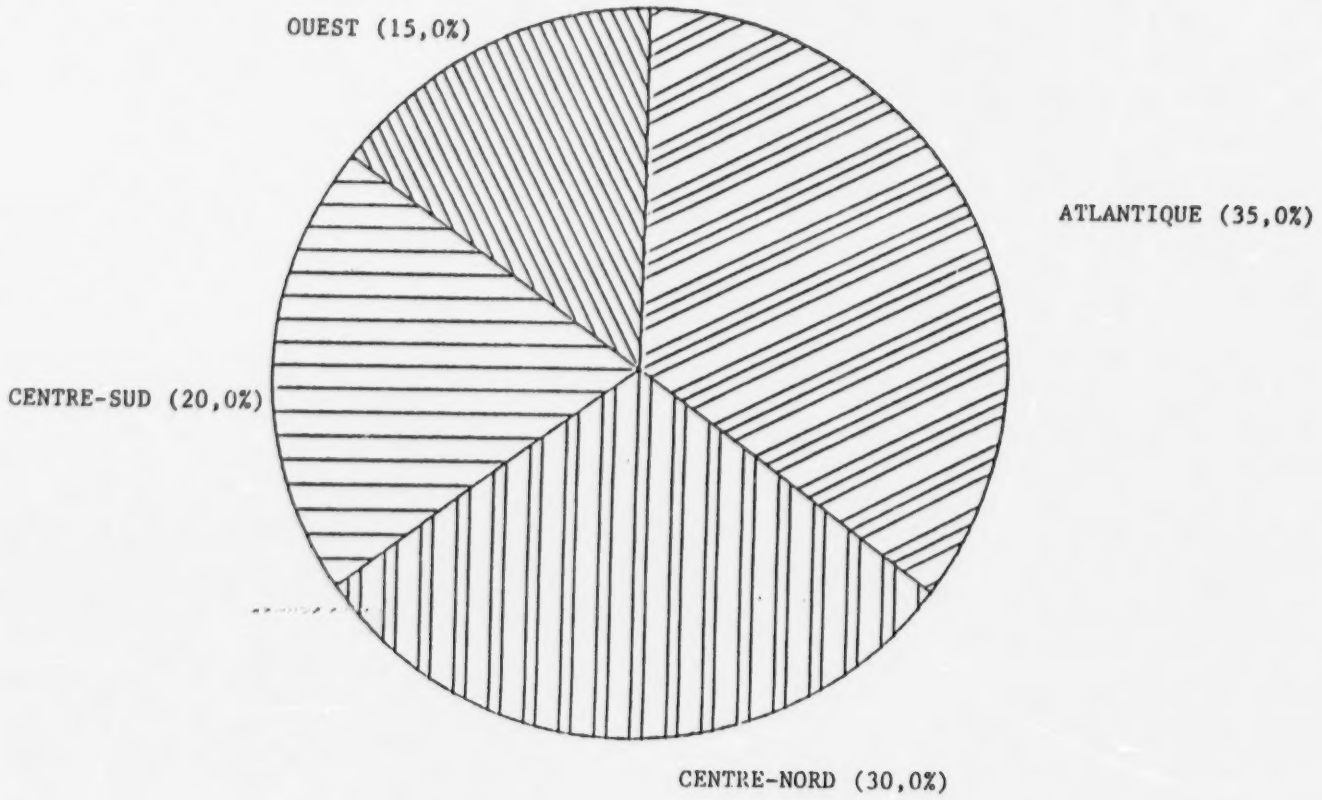
TABLEAU 20

RÉPARTITION DES ÉTATS DANS CHAQUE RÉGION

Atlantique	Centre-Nord	Centre-Sud	Ouest
Maine	Michigan	Kentucky	Montana
New Hampshire	Ohio	Tennessee	Wyoming
Vermont	Indiana	Alabama	Idaho
Massachusetts	Illinois	Mississippi	Washington
Connecticut	Wisconsin	Louisiane	Oregon
Rhode Island	Minnesota	Arkansas	Colorado
New York	Dakota du Nord	Oklahoma	Nouveau Mexique
New Jersey	Dakota du Sud	Texas	Arizona
Pennsylvanie	Nebraska		Utah
Delaware	Iowa		Nevada
Maryland	Missouri		Californie
Virginie			Alaska
Caroline du Nord			
Caroline du Sud			
Georgie			
Floride			

TABLEAU 21

CONSOMMATION AMÉRICAINE APPROXIMATIVE DE TOURBE PAR RÉGION



SOURCE: ESTIMATION CLCG

TABLEAU 22

IMPORTATIONS AMÉRICAINES DE TOURBE PAR RÉGION ET PAR ORIGINE EN 1986
(Milliers de balles)

IMPORTATIONS PAR RÉGION	CANADA	AUTRES PAYS
Atlantique	8 665,1	5,5
Centre-Nord	3 436,5	0,6
Centre-Sud	0,5	2,0
Ouest	2 448,2	0,6
	14 550,3	8,7

SOURCE: Bureau of Mines des États-Unis, 1986

2. Ports d'entrée

Soixante pour cent des importations entrent par la région de l'Atlantique. Une analyse des points d'entrée pour les livraisons de tourbe aux É.-U. indique que 60% des importations entrent aux États-Unis par la région de l'Atlantique. Vingt-quatre pour cent des importations de tourbe entrent par la région du Centre-Nord. Le tableau 22 ci-contre donne des détails relatifs aux importations, par région.

Les producteurs du Nouveau-Brunswick et du Québec exportent vers les États-Unis par les ports d'entrée de l'Atlantique et de la région du Centre-Nord. Les producteurs du Manitoba, de la Saskatchewan et de l'Alberta livrent de la tourbe dans la région du Centre-Nord, tandis que la Colombie-Britannique et l'Alberta empruntent les ports d'entrée de la région de l'Ouest.

Peu de tourbe entre aux É.-U. par les ports d'entrée du Centre-Sud, même si la région n'en produit pas. En fait, le Bureau of Mines américain ne liste aucune compagnie productrice dans les états de cette région. Les livraisons de tourbe du Nouveau-Brunswick, du Québec, du Manitoba et des états producteurs de la région de l'Atlantique - principalement de la Floride et de la région du Centre-Nord, du Michigan et du Minnesota - répondent à la demande de tourbe de la région du Centre-Sud. Notre analyse indique que la tourbe canadienne compte pour plus de 60% de la tourbe achetée dans cette région.

La tourbe canadienne est pratiquement à 100% de la tourbe à base de mousses sphaignes alors que les exploitations américaines fournissent de la tourbe de roseaux et de carex, de la tourbe d'humus et d'hypnacées. Les distributeurs dans la région du Centre-Sud déclarent qu'ils vendent de la tourbe canadienne en provenance du Nouveau-Brunswick, du Québec et du Manitoba. Leur approvisionnement dépend de ce que le courtier, généralement situé dans la région de l'Atlantique ou du Centre-Nord, a en stock au moment de la commande.

TABLEAU 23

PRODUCTION APPROXIMATIVE DE TOURBE AUX ÉTATS-UNIS
par région

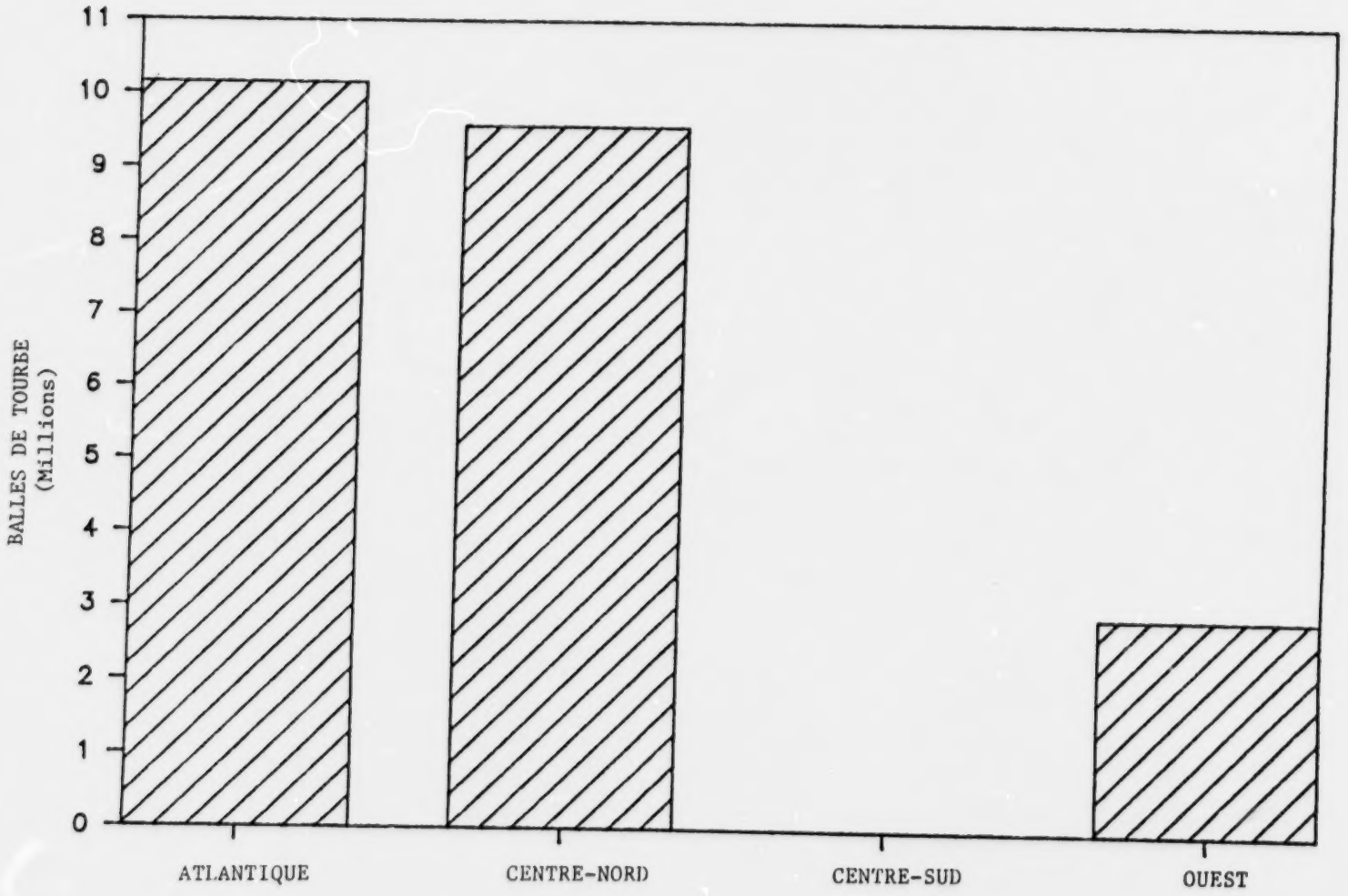


TABLEAU 24

PRIX DE LA TOURBE PAR IMPORTANCE DES RÉGIONS IMPORTATRICES DE BALLES
($ CAN)

VOLUME DES BALLES RÉGION[1]	COÛT DE LIVRAISON AU DISTRIBUTEUR[2]	PRIX DE DÉTAIL[2]
4 (Atlantique)	6,30 $ - 8,40 $	11,20 $ - 14,00 $
4 (Centre-Nord)	5,60 $ - 7,70 $	11,20 $ - 14,00 $
4 (Centre-Sud)	7,00 $ - 9,10 $	14,00 $ - 16,80 $
4 (Ouest)	7,70 $ - 9,80 $	10,50 $ - 13,30 $
6 (Atlantique)	7,70 $ - 9,80 $	14,00 $ - 16,80 $
6 (Centre-Nord)	8,40 $ - 9,80 $	14,00 $ - 16,80 $
6 (Centre-Sud)	9,80 $ - 12,60 $	16,80 $ - 19,60 $
6 (Ouest)	9,80 $ - 12,60 $	14,00 $ - 16,80 $

SOURCE: Enquête portant sur les distributeurs et les courtiers américains, 1986/87

[1] Le volume des balles est illustré en pi^3 avec un rapport de compression de 2:1

[2] 1,40 $ CAN = 1,00 $ US

3. Concentration de la production nationale

La production de tourbe aux États-Unis est assez concentrée. Comme il a déjà été mentionné, 78% de la tourbe est produite dans cinq états: la Floride, le Michigan, l'Illinois, l'Indiana, et le Colorado. En 1986, on a produit un total de 23 millions de balles. Dix exploitations, d'une capacité annuelle supérieure à 650 000 balles, produisent 51% de la tourbe des États-Unis. Il s'agit de trois exploitations de tourbe de roseaux et de carex et une d'humus au Michigan, de quatre exploitations de tourbe de roseaux et de carex et une d'humus en Floride, et une exploitation de roseaux et de carex en Illinois. Le tableau 23 ci-contre porte sur la production approximative de tourbe par région.

La région de l'Atlantique, la Floride en tête, est la région productrice la plus importante aux États-Unis, avec une production approximative de 10,1 millions de balles représentant 44% de la production nationale aux États-Unis. La production de la Floride est essentiellement de la tourbe de roseaux et de carex et d'un peu de tourbe d'humus; on ne produit pas de tourbe de sphaignes et d'hypnacées. Neuf des 15 autre états de la région de l'Atlantique produisent de la tourbe. La Pennsylvanie qui compte pour environ 2% de la production américaine ou moins de 500 000 balles est le deuxième producteur de cette région.

Le Centre-Nord vient au second rang avec une production évaluée à 9,6 millions de balles. L'état producteur principal est le Michigan, qui compte pour environ 5,7 millions de balles de tourbe de roseaux et de carex, d'humus, d'hypnacées et de sphaignes. Sept des autres dix états de cette région produisent de la tourbe, les états producteurs de l'Illinois et de l'Indiana suivent avec une production inférieure à 500 000 balles.

La région de l'Ouest a un faible rendement, estimé à moins de 50 000 balles annuellement. Seulement quatre des 12 états de l'Ouest produisent de la tourbe, dont la tourbe de roseaux et de carex, de la tourbe de sphaignes, d'hypnacées et d'humus. Le Colorado, où l'on trouve des tourbières de roseaux et de carex est

le plus grand état producteur de cette région et augmente sa production de tourbe.

La région du Centre-Sud ne produit pas de tourbe.

4. Prix

Le prix de la tourbe produite aux États-Unis varie énormément et est beaucoup plus bas que le prix de la tourbe de sphaignes importée du Canada. Les statistiques montrent qu'en moyenne, le prix des balles de tourbe de sphaignes du Canada est plus de six fois celui de la tourbe de roseaux et de carex vendue en vrac, et que ces derniers sont environ deux fois plus chers que la tourbe de sphaignes emballée aux É.-U. Le tableau 24 ci-contre illustre les coûts de livraison et les prix au détail de la tourbe de sphaignes du Canada.

La région de l'Atlantique a les prix les plus bas pour la tourbe canadienne et cela en raison de deux facteurs. D'abord, les prix d'expédition vers cette région à partir du Québec ou du Nouveau-Brunswick, les principales provinces productrices de tourbe, sont généralement plus bas. Ensuite, la concurrence est forte parmi les producteurs des deux provinces canadiennes et les producteurs nationaux de la région de l'Atlantique qui constitue la plus grande région productrice de tourbe aux États-unis.

Les producteurs de la Floride, le deuxième état d'importance dans la production de la tourbe, vend de la tourbe de roseaux et de carex en vrac au prix aussi bas que 5,60 $ CAN par tonne FAB la tourbière. Ils emballent également de la tourbe de roseaux et de carex dans des sacs de 1,5 pi^3, non compactée, pour les ventes aux consommateurs. Ces sacs pèsent environ 40 livres et se vendent environ 2,75 $ CAN au détail. Les producteurs de la Floride livrent au Nord jusqu'aux Carolines et à l'ouest jusqu'à la Louisiane. Ils mentionnent les frais de transport comme un facteur limitant leur expansion géographique.

Les prix dans la région du Centre-Nord sont légèrement plus élevés que ceux de la région de l'Atlantique mais plus bas que ceux des régions du Centre-Sud et de l'Ouest. Ils sont à l'image de la

concurrence - moins forte que dans la région de l'Atlantique mais plus forte que dans les deux autres régions - et des coûts plus élevés de la livraison des importations.

Les producteurs américains de la région du Centre-Nord déclarent également que les frais de transport limitent l'étendue géographique de leur marché. Ces producteurs semblent livrer au sud aussi loin qu'au Tennessee couvrant généralement un rayon de deux ou trois états. Ils vendent de la tourbe de roseaux et de carex en vrac pour 11,90 $ la verge cube, FAB la tourbière. Une verge cube égale 27 pieds cubes ou un volume de tourbe légèrement supérieur à deux balles de 6 pi^3 de tourbe compactée à 2:1. Les producteurs du Michigan emballent également la tourbe de roseaux et de carex dans des sacs de 1,5 pi^3, non compactée, à des fins de vente au détail. Leur prix au détaillant, FAB le magasin de détail, varie de 1,10 $ le sac à 1,80 $ le sac, suivant la distance de livraison.

Dans la région du Centre-Sud, le prix de la tourbe est plus élevé et les producteurs canadiens ont moins de concurrence. Cette région ne produit pas de tourbe et les livraisons des producteurs américains des régions de l'Atlantique et du Centre-Nord ne sont pas considérables, en raison des frais de transport élevés.

Pour les producteurs américains, les frais de transport de la tourbe de roseaux et de carex sont plus importants que ceux de la tourbe de sphaignes du Canada et ce, pour deux raisons. D'abord, les producteurs américains de tourbe de roseaux et de carex n'emballent pas aussi bien leur tourbe que les Canadiens. En outre, la tourbe de roseaux et de carex n'est pas compactée et pèse généralement plus à volume égal. Ensuite, la tourbe de roseaux et de carex se vend à un prix plus bas et ne peut donc pas absorber les frais de transport aussi bien que les produits d'une plus grande valeur.

Nous n'avons pas obtenu de renseignements détaillés sur les prix de la région de l'Ouest mais les frais de transport ne permettent pas aux producteurs du Nouveau-Brunswick de faire concurrence à ceux de l'Ouest canadien.

Les marchés clés de tourbe aux États-Unis sont donc situés dans les régions de l'Atlantique et du Centre-Nord. Il s'agit de régions productrices de tourbe qui dépendent de la production nationale et des importations pour répondre à leurs besoins.

Les États-Unis produisent essentiellement de la tourbe de roseaux et de carex, d'humus et des petites quantités de tourbe de sphaignes et d'hypnacées. La tourbe de sphaignes représente plus de 98% des besoins des États-Unis.

Les prix les moins élevés des régions de l'Atlantique et du Centre-Nord correspondent aux coûts moindres d'expédition de la tourbe à partir du Québec et du Nouveau-Brunswick et de la disponibilité de la tourbe produite à l'échelle nationale. C'est dans les régions du Centre-Sud et de l'Ouest que les prix sont les plus élevés; ils reflètent le faible niveau de production dans ces régions et les frais de transport plus élevés subséquents engagés par les fournisseurs éloignés qui desservent ces marchés.

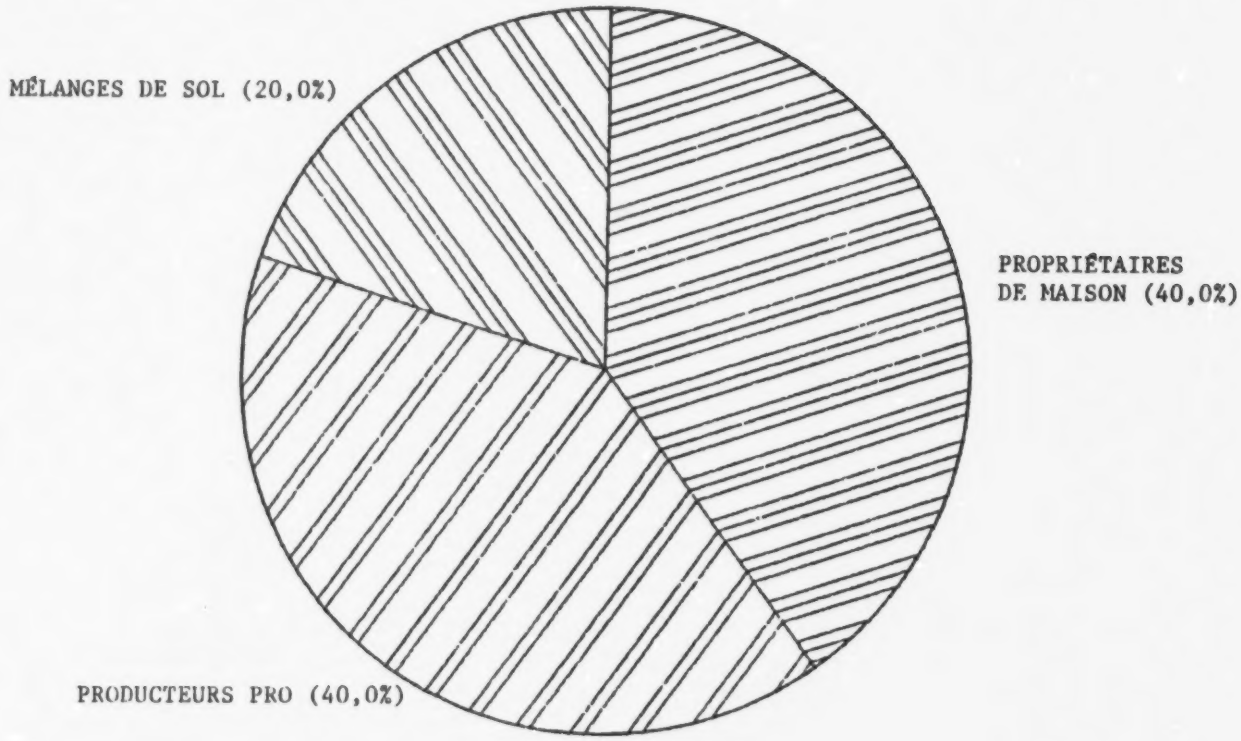
F. RÉSUMÉ

Bref, les États-Unis continueront de compter pour plus de 90% de la tourbe achetée en Amérique du Nord et de représenter le marché principal des produits de la tourbe. Des sources gouvernementales, d'après une analyse de régression linéaire des données historiques à l'usager final effectuée à l'aide du Federal Reserve Board Index of Agricultural Chemicals (Indice du conseil de la Réserve Fédérale sur les produits agricoles) comme indicateur économique, prévoient une augmentation de 2% à 3,5% de la demande de tourbe d'ici 1990. Le coefficient de détermination fut considéré significatif. On s'attend cependant à ce que la demande réelle dépasse les projections statistiques. Le taux de croissance pourrait entraîner une demande de 750 000 à 1 300 000 balles supplémentaires chaque année.

Les États-Unis importent actuellement 36% de leurs besoins en tourbe. Ces quatre dernières années, les importations ont augmenté leur part du marché de 26% par rapport au niveau actuel, et les sources gouvernementales américaines s'attendent à ce que la pénétration du marché américain par les importations se poursuive.

TABLEAU 25

IMPORTANCE RELATIVE DES PRINCIPAUX SECTEURS D'USAGERS AUX ÉTATS-UNIS



SOURCE: Estimation CLCG pour 1986

Le Canada fournit actuellement plus de 99% de la tourbe importée par les États-Unis. Cette position est restée inchangée au cours des cinq dernières années et se poursuivra dans un avenir prévisible.

La présente situation du marché nord-américain de la tourbe se poursuivra: l'industrie canadienne dépendra de ses exportations aux États-Unis pour soutenir ses niveaux de production et la dépendance des États-Unis sur les importations s'accroîtra afin de satisfaire la demande croissante.

On prévoit que les principaux marchés américains pour la tourbe seront toujours situés dans les états de la côte Atlantique et du Centre-Nord. L'ensemble de ces régions compte pour environ 65% de la tourbe consommée aux États-Unis. En termes de coût, la tourbe se comporte très bien dans ces régions, par rapport aux autres amendements de sol comme l'écorce et les paillis. Le coût élevé sert à l'expédition de la tourbe au Centre-Sud et dans les états de l'Ouest à partir des régions productrices de tourbe du Canada; les États-Unis limitent en outre la pénétration de la tourbe dans ces marchés.

V. PRINCIPAUX SECTEURS D'USAGERS AUX ÉTATS-UNIS

La présente section du rapport traite des principaux secteurs d'usagers finaux pour la tourbe aux États-Unis. Le marché peut être divisé en trois grands groupes:

- propriétaires de maison/jardiniers
- usagers professionnels, et
- producteurs de mélanges de sol.

Le tableau 25 sur la page opposée illustre l'importance relative de chaque marché. Le marché des propriétaires de maison est le plus grand, il compte pour environ 16 millions de balles ou 40% de la consommation de tourbe aux États-Unis.

Le secteur des usagers professionnels n'est que légèrement inférieur à celui des propriétaires de maison. Nous estimons que ces derniers consomment environ 15 millions de balles.

Le troisième secteur du marché comprend des producteurs de mélanges de sol qui achètent présentement environ 7,5 millions de balles annuellement et qui comptent pour 20% du marché. Bien que ce secteur soit le plus petit, environ un quart de l'importance des deux autres, les producteurs et les distributeurs déclarent que son taux de croissance est beaucoup plus important. Nous discuterons de chaque secteur en détail dans les prochaines sections.

A. PROPRIÉTAIRES DE MAISON/JARDINIERS

Nous estimons que les clients au détail (propriétaires de maison/jardiniers) effectuent environ 40% des achats de tourbe aux États-Unis. En 1986, leurs achats s'élevèrent à environ 16 millions de balles (555 000 tonnes).

Les consommateurs achètent de la tourbe pour améliorer le sol de leur jardin. Afin d'en savoir plus sur ce marché, nous avons étudié la National Gardening Survey, 1986-1987 (Enquête nationale sur le jardinage), publiée par la National Gardening Association, Inc., en avril 1987. Voici nos commentaires:

- Le montant dépensé par les consommateurs pour les produits de gazon et de jardin a augmenté depuis 1986. Les ventes au détail totalisent environ 20 milliards de dollars, une augmentation de 3 milliards de dollars, ou de 18% sur les ventes au détail de 1985 de 17 milliards de dollars.[1]

- Le nombre de foyers achetant des amendements de sol, dont la tourbe et le paillis, a cependant baissé de 2 millions à environ 15 millions de foyers (environ 13% des foyers aux États-Unis). Il semble donc que l'usage d'amendements de sol, dont la tourbe ait chuté en dépit de l'augmentation des activités de jardinage.

REMARQUE: [1] Tous les chiffres en dollars sont en dollars CAN. Les dollars US ont été convertis, ainsi 1,40 $ CAN = 1,00 $ US

TABLEAU 26

RÉPARTITION EN DOLLARS DÉPENSÉS POUR LES ACTIVITÉS DE JARDINAGE QUI ONT FAIT APPEL AUX AMENDEMENTS DE SOL/PAILLIS AUX ÉTATS-UNIS EN 1986 PAR IMPORTANCE D'ACHAT

(CAN[1])

IMPORTANCE DE L'ACHAT	POURCENTAGE DE FOYERS
0 $	1
0 - 28 $	5
28 - 68 $	9
69 $ - 104 $	5
105 $ - 138 $	10
138 $ et plus	61
Sans réponse	10
En moyenne 294 $	

SOURCE: National Garden Survey 1986 - 1987

[1] 1,40 $ CAN = 1,00 $ US

- Le montant moyen dépensé pour les activités de jardinage utilisant des amendements de sol était de 328 $.

- Le montant dépensé pour ces activités par foyer aux États-Unis varie de moins de 28 $ à un montant supérieur à 140 $. Le tableau 26 ci-contre donne le détail de ces achats par importance. Il permet de constater que 61% des foyers qui ont acheté des amendements de sol ont dépensé plus de 140 $ pour leurs activités de jardinage.

- La région de l'Atlantique représente le plus grand acheteur d'amendements de sol, en effet 23% des foyers de cette région en font l'achat. Le tableau 27 au verso indique le pourcentage de foyers achetant des amendements de sol, par région.

- Les consommateurs achètent des produits pour le gazon et le jardin, dont des amendements de sol, dans les points de vente suivants:

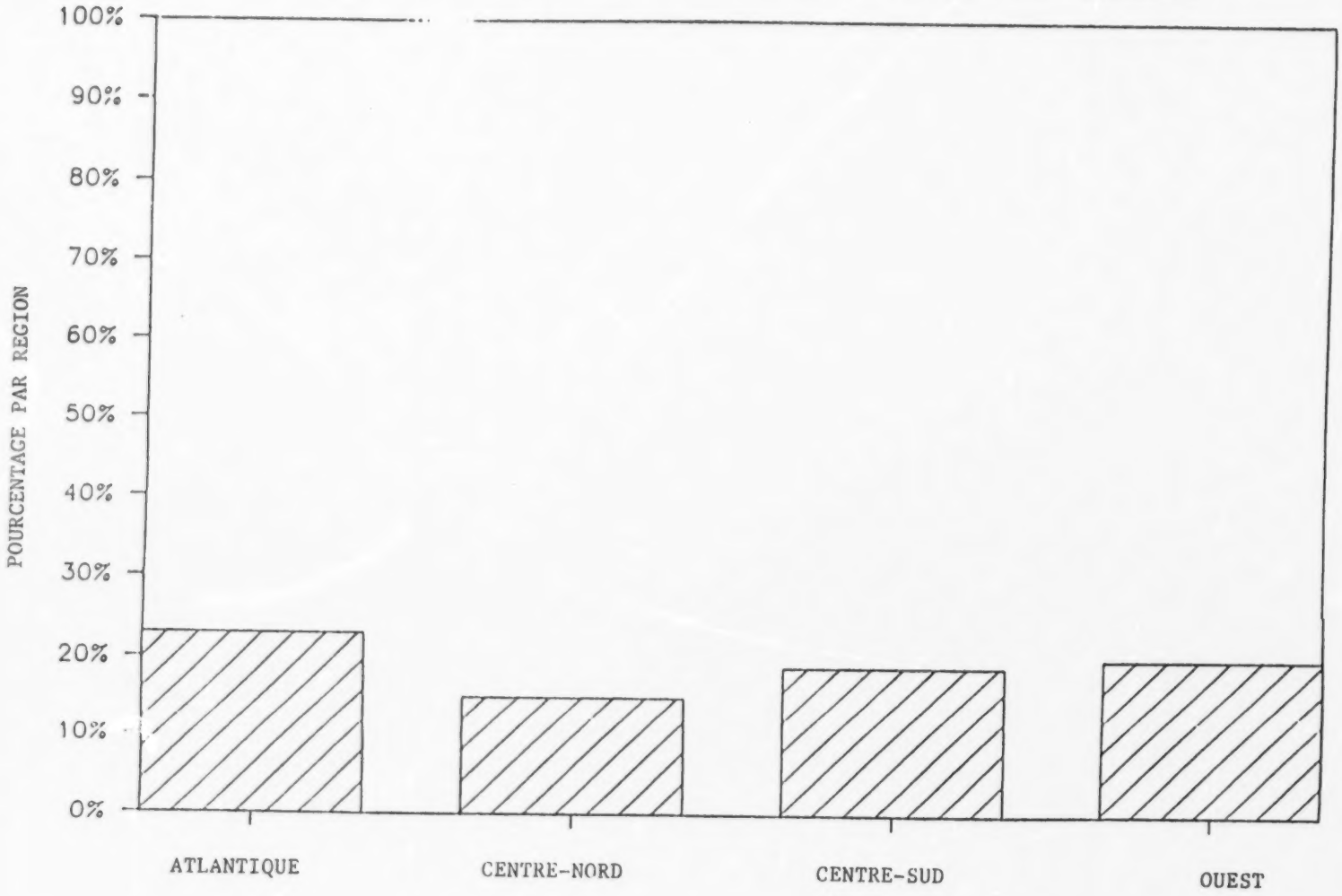
  - centre de jardinage/pépinière,
  - détaillant d'équipement mécanique,
  - quincaillerie,
  - centre pour travaux domiciliaires,
  - supermarché/pharmacie,
  - magasin d'aliments et de graines,
  - merchandiser-producteur
  - commande par la poste

La National Gardening Survey de 1987 - 1988 n'a pas été publiée, mais les résultats préliminaires révèlent qu'environ 14,2% ou 16 millions de foyers ont acheté de la tourbe en 1987. Dans l'enquête de 1987 - 1988, le record d'achat de tourbe fut battu pour la première fois.

L'information préliminaire montre en outre que les soins du gazon et le jardinage paysagiste étaient les principales activités de jardinage faisant appel à la tourbe. De plus, il semble que la tourbe soit le principal amendement de sol actuellement utilisé par les consommateurs.

TABLEAU 27

POURCENTAGE PAR RÉGION DES FOYERS AMÉRICAINS ACHETANT DES AMENDEMENTS DE SOL



SOURCE: National Gardening Survey, 1986-1987

Nous examinons les achats d'amendements de sol/paillis plus en détail dans les sections suivantes.

1. L'usage d'amendements de sol

Les consommateurs utilisent des amendements de sol dans de nombreuses activités de jardinage, comme vous le verrez ci-dessous.

a. Jardinage

Le tableau 28 au verso indique le pourcentage de foyers aux États-Unis participant à chaque type d'activités de jardinage, le pourcentage de foyers, par activité, qui achetèrent des amendements de sol, et le montant moyen dépensé pour les activités de jardinage par groupe.

Les activités de jardinage les plus populaires sont: soins du gazon, fleurs, plantes intérieures, jardin potager et soins des arbustes. Il existe cependant une tendance suivant laquelle les foyers participant à ces activités sont de petits usagers d'amendements de sol; en effet seuls 22% en moyenne firent l'achat de ces produits.

b. Activités dont le pourcentage des participants achetant des amendements de sol est plus élevé

Les principaux groupes utilisateurs d'amendements de sol sont ceux qui ont un jardin d'agrément et qui plantent des fines herbes; cependant, le montant moyen qu'ils dépensent pour ces activités est faible.

c. Groupes de dépenses moyennes élevées

Les jardiniers paysagistes amateurs constituent le groupe dépensant le plus, soit en moyenne 643 $ pour leurs activités de jardinage. Les autres groupes de dépenses moyennes élevées s'occupent du gazon et des arbres, et y consacrent respectivement 319 $ et 206 $.

TABLEAU 28

RÉSUMÉ DES ACTIVITÉS DE JARDINAGE ET DES ACHATS

Jardinage	% de foyers participant à cette activité	(A) % de foyers participants achetant des amendements de sol	(B) Dépense moyenne annuelle[2] (CAN)	(AXBX10) Importance relative[1]
Soins du gazon	58 %	19,5	163 $	318
Fleurs	44	24,0	64	154
Plantes d'intérieur	41	22,1	53	117
Jardin potager	38	21,3	43	92
Soins des arbustes	31	26,7	52	139
Soins des arbres	24	24,5	84	206
Bulbes de fleurs	24	27,5	36	99
Jardinage paysagiste amateur	22	30,4	211	641
Arbres fruitiers	17	26,7	35	94
Repiquage	13	29,8	32	95
Culture en vase clos	12	28,5	42	120
Baies	8	28,7	29	83
Jardin d'agrément	6	42,9	31	33
Fines herbes	6	36,9	17	63

SOURCE: National Gardening Survey, 1986 - 1987

[1] L'importance relative a été calculée en multipliant A par B par un facteur de 10.

[2] 1,40 $ CAN = 1,00 $ US

d. Les principaux usagers d'amendements de sol

Pour déterminer les activités de jardinage représentant les meilleurs marchés pour les amendements de sol, nous avons combiné le pourcentage de foyers achetant de la tourbe avec les dépenses moyennes en dollars pour les activités de jardinage afin d'obtenir l'importance relative, (dépense moyenne x 10 x % utilisant des amendements de sol). D'après cette analyse, les plus grands usagers d'amendements de sol sont ceux prenant part aux activités suivantes:

- jardinage paysagiste, pointage de 641
- soins du gazon, pointage de 318
- soins des arbres, pointage de 206
- fleurs, pointage de 154 et
- soins des arbustes, pointage de 139

e. Connaissances des acheteurs de tourbe

Des sources de l'industrie indiquent qu'en règle générale, le consommateur connaît relativement mal l'usage de la tourbe pour le jardinage. Cela se reflète dans les enquêtes nationales sur le jardinage selon lesquelles même si 78% des foyers américains participent à des activités de jardinage, seulement 14% utilisent de la tourbe.

En outre, plusieurs consommateurs ne connaissent pas les différences entre les divers types de tourbe. Selon des sources du secteur, parmi les consommateurs qui achètent de la tourbe, peu font la différence entre les divers types et beaucoup achètent la tourbe au meilleur prix indépendamment du type. Seuls les passionnés du jardinage connaissent généralement les différences dans la tourbe et ce sont eux qui achètent la tourbe de sphaignes du Canada.

TABLEAU 29

ACHATS D'AMENDEMENTS DE SOL
ET POINTS DE VENTE

POINTS DE VENTE	POURCENTAGE D'ACHAT
Centre de jardinage	26,6
Détaillant d'équipement mécanique	53,4
Quincaillerie	24,9
Centre pour travaux domiciliaires	33,3
Supermarché/pharmacie	22,0
Magasin d'aliments et de graines	27,1
Merchandiser-producteur	28,5
Commande par la poste	36,2
Autre	12,3

SOURCE: National Gardening Survey, 1986 - 1987

Malheureusement pour les producteurs canadiens, ces derniers ne représentent qu'une portion minime des jardiniers aux États-Unis.

2. Emballage

Les consommateurs au détail ont tendance à acheter presque exclusivement des emballages de 2 pi^3 et de 4 pi^3. Un petit pourcentage d'entre eux achète des emballages de 6 pi^3. Les acheteurs de ces emballages travaillent généralement dans des projets importants ou ont de grands jardins d'agrément.

Selon les distributeurs, les merchandisers-producteurs qui ne commandent généralement que des emballages de 2 et 4 pi^3 vendent également une variété de produits pour les pépinières et les jardins.

3. Canaux de distribution

Le tableau 29 ci-contre présente les types de points de vente et le pourcentage d'acheteurs d'amendements de sol déclarant avoir acheté des produits dans ces derniers. Le total dépasse 100% en raison des réponses multiples, et les données de l'enquête ne permettent pas de procéder à une analyse complète des volumes de vente par type de point de vente.

Des entrevues avec les distributeurs indiquent qu'environ 55% à 60% des ventes de tourbe aux consommateurs, par volume, passent par les points de vente de type pépinières. Les merchandisers-producteurs, les quincailleries et les magasins à rayons comptent pour l'autre portion de 40% à 45%. On rapporte que le plus grand détaillant de tourbe aux États-Unis est K-Mart.

4. Prix

La tourbe de sphaignes canadienne est la plus dispendieuse aux États-Unis, cela est essentiellement dû aux frais de transport de la tourbière jusqu'au marché.

En Floride par exemple, les ventes aux consommateurs de tourbe de roseaux et de carex sont plus élevées que celles de la tourbe de sphaignes en raison de son prix plus avantageux. Un sac de 1,5 pi^3 de tourbe de roseaux et de carex se vend au détail à environ 2,75 $, alors que le prix d'un sac de 2 pi^3 de tourbe de sphaignes canadienne est d'environ 5,00 $. Le consommateur ne sait pas que la tourbe canadienne contient en fait environ 4 pi^3 de tourbe; il ne voit qu'un sac de format comparable coûtant deux fois plus cher. La différence de prix est encore plus appréciable lorsqu'un client achète en vrac pour un projet important. Une tonne de tourbe, FAB la tourbière en Floride, se vend à un prix aussi modique que 5,60 $, par rapport aux 14,00 $ à 16,80 $ pour une balle de 6 pi^3 de tourbe de sphaignes du Canada.

Dans la région du Centre-Nord, le prix pour la tourbe de roseaux et de carex en vrac est de 11,90 $ en moyenne par $verge^3$, FAB la tourbière. À des fins de ventes aux consommateurs, la tourbe emballée non compactée dans des sacs de 1,5 pi^3 se vend aux détaillants de 1,10 $ à 1,80 $ selon les frais d'expédition.

En résumé, les consommateurs achètent un mélange de tourbe composé de sphaignes, de roseaux et de carex, d'hypnacées et d'humus. Selon les représentants de l'industrie et les distributeurs, les consommateurs ne connaissent généralement pas les avantages de l'usage de la tourbe ni les différents types.

B. USAGERS PROFESSIONNELS

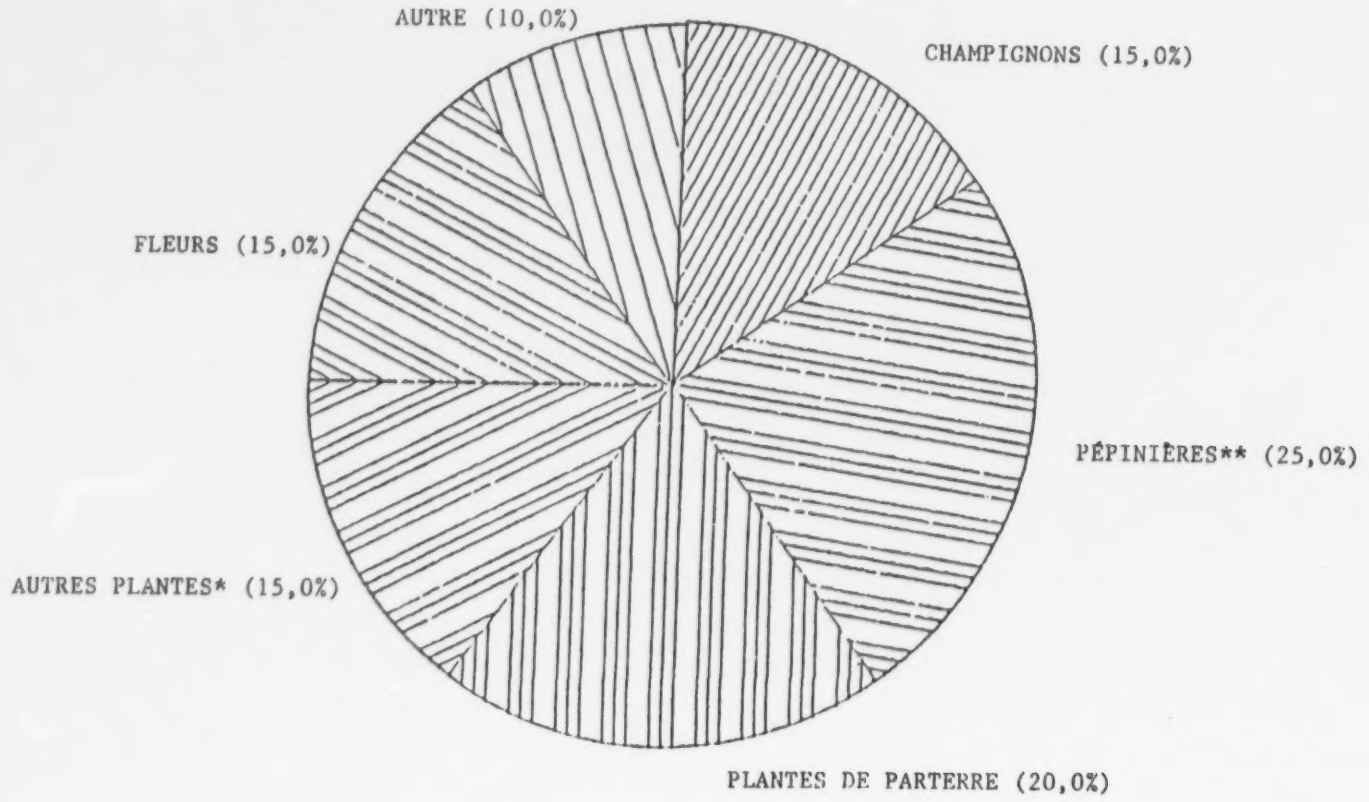
Le secteur des usagers professionnels comprend les groupes suivants:

- pépinières/serres commerciales pour:
  - arbres, et
  - arbustes.

- les producteurs commerciaux de:
  - plantes de parterre
  - fleurs, et
  - autres plantes, y compris les plantes à feuilles et à fleurs

TABLEAU 30

CONSOMMATION ESTIMÉE DE TOURBE PAR PRINCIPAUX USAGERS FINAUX PROFESSIONNELS AUX ÉTATS-UNIS (1986)



SOURCE: Estimation CLCG pour 1986

- producteurs de champignons

- autres tels que:
  - entreprises de jardinage paysagiste
  - terrains de golf, et
  - producteurs maraîchers

Le tableau 30 de la page opposée illustre l'importance relative des divers secteurs. Nous avons analysé la consommation par secteurs importants de producteurs commerciaux. Nous examinerons chacun de ces derniers dans les paragraphes qui suivent.

1. Pépinières commerciales

Le secteur le plus important dans le marché professionnel comprend les pépinières commerciales qui comptent pour environ 25% (3,8 millions de balles) de la tourbe consommée par les professionnels. Cette industrie comprend les producteurs de cultures pour les pépinières, les entreprises de jardinage paysagiste, d'entretien des jardins, les centres de jardinage ou les pépinières de détail, les agences de distribution, les entreprises de commandes postales, et les pépinières spécialisées.

a. Structure de l'industrie

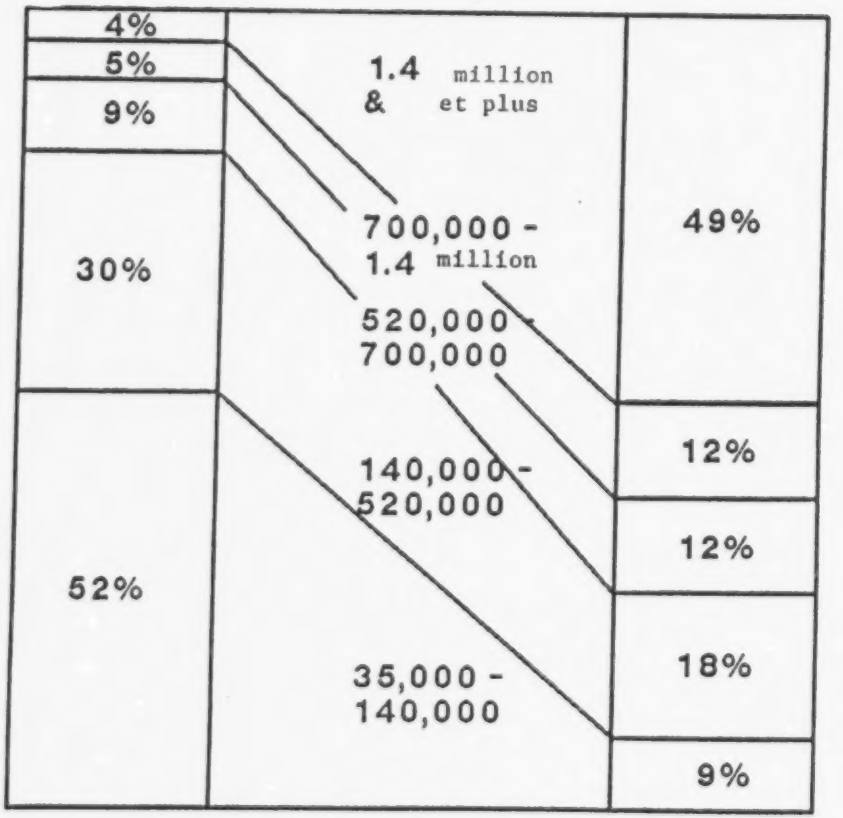
Une pépinière peut se spécialiser dans la culture en gros ou peut être active dans plusieurs secteurs d'affaires, comme les ventes au détail, la culture en gros et les activités de jardinage paysagiste. Nombre de compagnies, allant des chefs de file multimillionnaires de l'industrie aux activités familiales saisonnières ou à temps partiel, forment ce secteur du marché.

Scope IV of the Nursery Industry, une étude portant sur les entreprises comprenant les producteurs de gros de l'industrie des pépinières aux États-Unis et déposée en 1982 par l'Horticultural Research Institute, Inc. (Institut de recherches agricoles, Inc.), fournit les renseignements

TABLEAU 31

DÉTAIL DES VENTES DE L'INDUSTRIE AMÉRICAINE
ET NOMBRE D'ENTREPRISES PAR IMPORTANCE

INDUSTRIE NATIONALE DE GROS



SOURCE: «Scope IV of the Nursery Industry», pour 1980

TABLEAU 32

RÉSUMÉ DES VENTES DE CULTURES PAR IMPORTANCE DES ENTREPRISES AUX ÉTATS-UNIS

POURCENTAGE D'ENTREPRISES ET DE VENTES PAR TYPE DE CULTURE

Type de culture	35 000 $ - 140 000 $		140 000 $ - 520 000 $		520 000 $ - 700 000 $		700 000 $ - 1,4 million		1,4 million et plus	
	% d'ent.	% vente	% d'ent.	% vente	% d'ent.	% vente	% d'ent.	% vente	% d'ent.	% vente
Arbres à ombrage et à fleurs	55%	21%	64%	23%	70%	21%	62%	24%	73%	18%
Arbres verts à grandes feuilles	55	21	65	22	66	20	52	15	67	19
Conifères	53	17	57	19	63	20	57	17	74	19
Arbustes à feuilles caduques	35	6	52	7	60	10	52	9	65	9
Couverture de sol et vignes	31	9	36	5	39	6	43	9	45	3
Feuillus et plantes d'intérieur	19	9	16	8	11	6	12	6	22	7
Arbres fruitiers	16	2	20	4	24	6	26	4	38	10
Espèces spéciales (bonsai, etc.)	12	2	5	*	9	1	6	*	17	1
Roses	7	1	9	1	8	1	6	*	17	3
Plantes annuelles et de parterre	10	2	16	4	6	1	17	6	11	2
Plantes vivaces	12	2	13	1	15	4	12	1	15	2
Oignons, bulbes, tubercules	1	1	2	*	2	*	5	*	5	2
Autres	16	7	12	6	10	4	14	9	20	6

*Moins de 1%

des feuillus, des plantes d'intérieur, des annuelles, et d'autres plantes hâtives. Ils déclarent que les producteurs peuvent facilement voir les résultats bénéfiques de la tourbe avec les plantes à croissance rapide parvenant à maturité en moins de 100 jours.

L'usage de l'écorce est plus répandu dans les milieux de culture pour les plants plus gros et de croissance plus lente comme les arbres, les arbustes et les buissons. Les médiums à base d'écorce donnent de bons résultats dans ces cas et leur coût est beaucoup plus faible que la tourbe. Même si la tourbe donne peut-être de meilleurs résultats, l'incapacité des producteurs de s'en rendre compte rapidement et son coût plus élevé ont empêché l'utilisation répandue de la tourbe à ces fins. Un producteur de roses par exemple déclare avoir économisé environ 1 400 $ par mois en substituant la tourbe par du paillis d'écorce sans qu'il y n'y ait de différence appréciable dans la qualité et la quantité des roses cultivées.

Les pépinières utilisent une grande diversité de produits et le tableau 33 au verso en dresse la liste. Les contenants comptent pour la proportion la plus élevée du total en dollars dépensés pour ces produits, bien que seulement 7,7% des entreprises ne les achètent.

La tourbe vient en sixième position avec 61% des entreprises qui en font l'achat. On estime que les pépinières de tout le pays ont acheté en 1980 pour environ 16,1 millions de dollars de tourbe pour leurs propres usages.

Le tableau 34 au verso donne les informations supplémentaires suivantes sur les achats de tourbe par pépinière:

- le pourcentage d'entreprises achetant selon le format et le pourcentage de dépenses totales en produits, par produit, et

TABLEAU 33

RÉSUMÉ DES PRODUITS ACHETÉS PAR LES PÉPINIÈRES (1980)
(CAN)

PRODUITS ACHETÉS - TOUTES LES ENTREPRISES

	% d'entr.	% de produits totaux	Dépenses approximatives à l'échelle nationale
Contenants	77%	37%	92 152 000 $
Engrais	96%	12%	34 184 000 $
Produits d'écorce	55%	8%	19 562 000 $
Matériel d'emballage	41%	7%	13 553 000 $
Herbicides	86%	7%	17 904 000 $
Tourbe	61%	6%	16 042 000 $
Toile d'emballage	56%	6%	18 634 000 $
Cartons d'expédition	30%	5%	9 186 000 $
Protection des plants en hiver	65%	3%	10 215 000 $
Insecticides	87%	3%	9 482 000 $
Autres amendements de sol	47%	2%	8 922 000 $
Paniers en fil de fer	22%	2%	5 353 000 $
Tuteurs	41%	1%	3 662 000 $
Fongicides	71%	1%	3 564 000 $

SOURCE: «Scope IV of the Nursery Industry», pour 1980.

TABLEAU 34

ACHATS DE TOURBE PAR PÉPINIÈRE
PAR RAPPORT AUX ACHATS D'AUTRES PRODUITS

PRODUITS ACHETÉS
POURCENTAGE D'ENTREPRISES ET DE PRODUITS TOTAUX

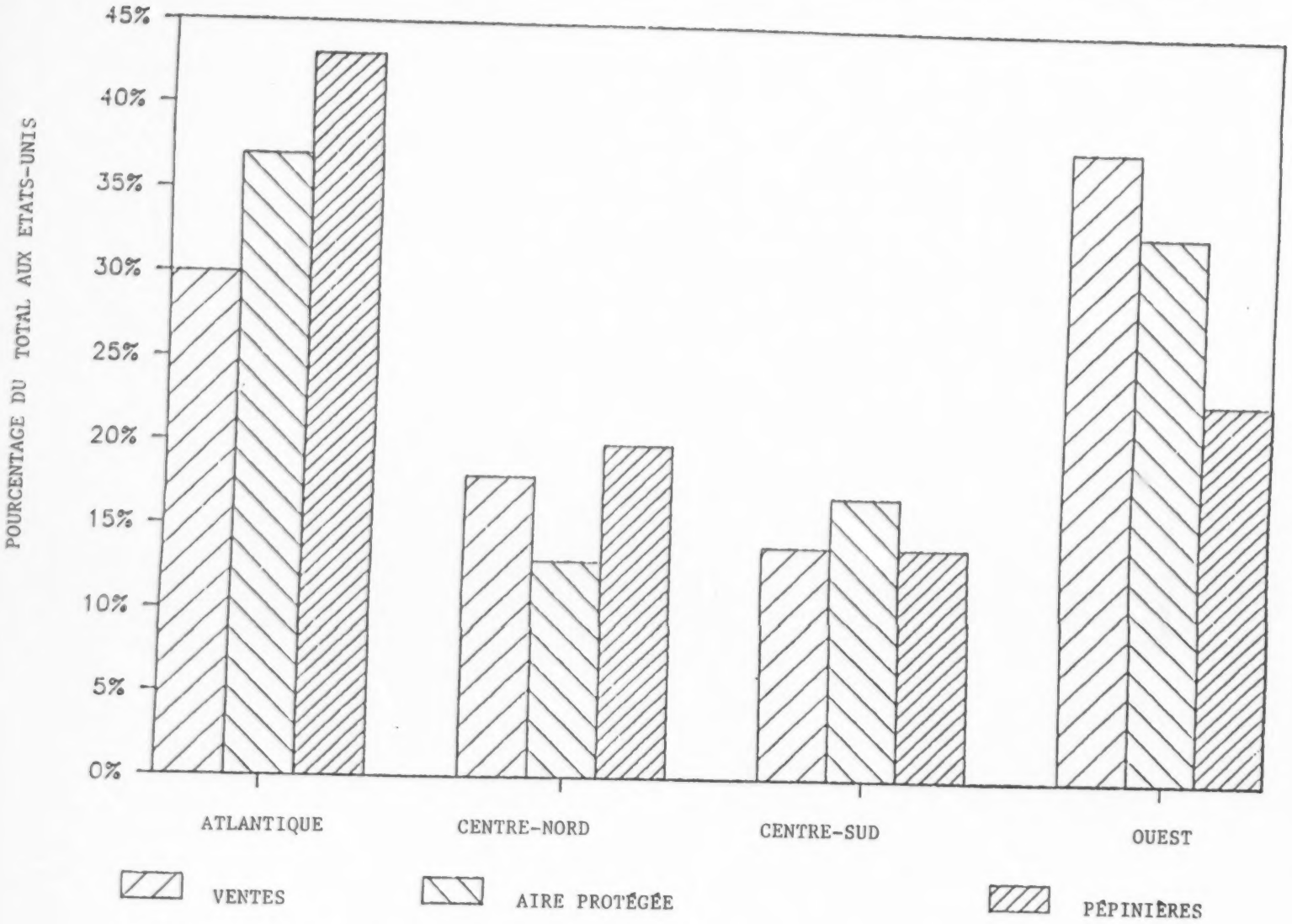
Type de produit	35 000 $ - 140 000		140 000 $ - 520 000		520 000 $ - 700 000		700 000 $ 1,4 million		1,4 million et plus	
	% de entr.	prod.	% de entr.	prod.	% de entr.	prod.	% de entr.	prod.	% de entr.	prod.
Contenants	76	33	81	33	72	33	68	28	84	39
Engrais	98	13	96	15	97	13	96	15	94	12
Herbicides	83	8	90	6	86	5	86	7	86	7
Insecticides	90	4	90	5	89	5	77	3	83	3
Fongicides	71	2	69	2	71	2	70	1	69	1
Produits d'écorce	50	8	53	7	50	6	54	7	65	8
Tourbe	62	8	61	5	66	6	49	6	64	6
Autres amendements de sol	47	5	49	5	43	5	40	4	53	2
Toile d'emballage	52	7	59	9	53	11	61	12	55	4
Protection des plants en hiver	58	6	69	4	68	5	60	3	69	3
Matériel d'emballage	21	1	27	4	37	2	89	2	54	8
Cartons d'expédition	17	1	22	2	30	3	33	2	57	5
Paniers en fil de fer	16	2	20	2	20	2	33	8	25	1
Tuteurs	30	2	36	1	49	2	25	2	52	1
DÉPENSES ANNUELLES MOYENNES PRODUITS TOTAUX*	13 972 $		32 718 $		63 602 $		93 800 $		665 672 $	

* Le total n'équivaut pas à la somme des parties en raison de l'arrondissement.

SOURCE: «Scope IV of the Nursery Industry», pour 1980

TABLEAU 35

STATISTIQUES CLÉS POUR L'INDUSTRIE AMÉRICAINE DES PÉPINIÈRES (1982)



SOURCE: U.S. Census Bureau, 1982

- les dépenses annuelles moyenne, par importance des entreprises, pour chaque produit.

Comme le montre le tableau 34, de 60% à 65% environ d'entreprises dans chaque catégorie achètent de la tourbe, à l'exception des entreprises ayant un chiffre d'affaires de 700 000 $ à 1,4 million de dollars (54% des entreprises). Les dépenses annuelles moyennes pour la tourbe variaient de 1 252 $ (entreprises vendant pour 35 000 $ à 140 000 $) à 38 960 $ pour les entreprises ayant des ventes annuelles de 1,4 million de dollars et plus.

c. Distribution géographique des pépinières

Outre Scope IV, nous avons étudié les statistiques sur les serres publiées par le Census Bureau des États-Unis. Le document révisé était le recensement agricole de 1982 comprenant des renseignements précis sur les produits. Bien que les données portent sur 1982, le rapport s'avère utile. L'étude n'indique cependant pas le volume de tourbe achetée, et nous ne pouvons pas l'estimer. On effectue un recensement agricole tous les cinq ans et on devrait pouvoir obtenir les données de 1987 à la fin de la même année.

La définition des entreprises et l'analyse détaillée par cultures dont se servent le Census Bureau et la Horticultural Research Institute varient et ne permettent donc pas la comparaison des bases de données. On peut cependant les utiliser pour examiner les endroits et les concentrations principales de pépinières faisant l'usage de la tourbe.

Le tableau 35 ci-contre donne la répartition géographique du nombre de pépinières et l'aire protégée en pieds carrés pour les producteurs de plantes de pépinières. Voici nos commentaires:

- La région de l'Atlantique présente le pourcentage le plus élevé de pépinières et d'aires protégées*, soit respectivement 43% et 37% du total aux États-Unis. La région ne compte toutefois que pour 30% des ventes. Les principaux états producteurs, selon l'importance de leurs ventes, sont:

  - Floride,
  - Pennsylvanie,
  - New Jersey,
  - New York,
  - Connecticut,
  - Caroline du Nord, et
  - Virginie

- La région de l'Ouest avec 23% de pépinières et 33% des aires protégées, une indication que ces entreprises sont parmi les plus grandes du pays, vient en seconde position. La région a également le volume de ventes le plus élevé, soit environ 39% du total aux États-Unis. La Californie, avec 28% des ventes et 31% d'aires protégées totales aux États-Unis, domine la région de l'Ouest et représente le plus grand état producteur du pays. Les états de Washington et de l'Oregon sont également d'importants états producteurs de produits de pépinières dans la région de l'Ouest.

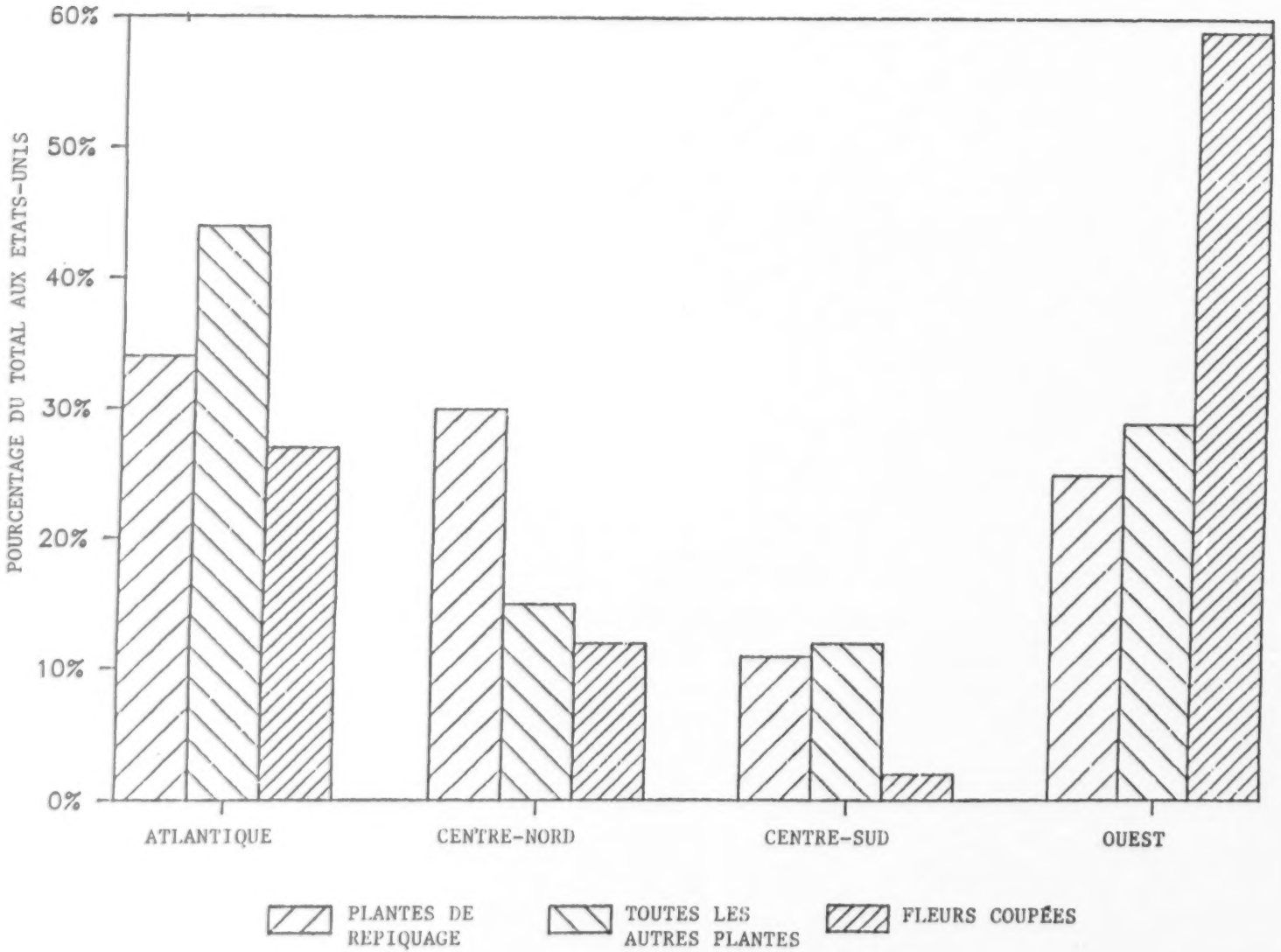
- La région du Centre-Nord, avec 20% des pépinières et 18% des ventes et seulement 13% des aires protégées du pays, est relativement petite. Les principaux états producteurs, selon l'importance de leurs ventes, sont:

---

* Les aires protégées désignent les serres ou les aires qui sont protégées des éléments.

TABLEAU 36

RÉPARTITION PAR RÉGION DES VENTES DE L'INDUSTRIE DES PÉPINIÈRES AUX ÉTATS-UNIS (1982)



SOURCE: U.S. Census Bureau, 1982

- Michigan,
- Illinois, et
- Ohio.

- La région du Centre-Sud n'a que 14% de pépinières, mais compte pour 8% des ventes et 17% des aires protégées. Les principaux états producteurs, dans l'ordre, sont:

  - Texas,
  - Tennessee,
  - Oklahoma, et
  - Alabama.

En résumé, les pépinières représentent un secteur important du marché de la tourbe. Ce sont des consommatrices importantes de tourbe pour leur propre usage et, comme il a été discuté dans la section précédente, les pépinières ayant des installations de détail sont un point de vente clé pour le marché des consommateurs. Il existe des pépinières partout aux États-Unis mais les principaux états producteurs se situent dans la région de l'Atlantique et dans l'Ouest.

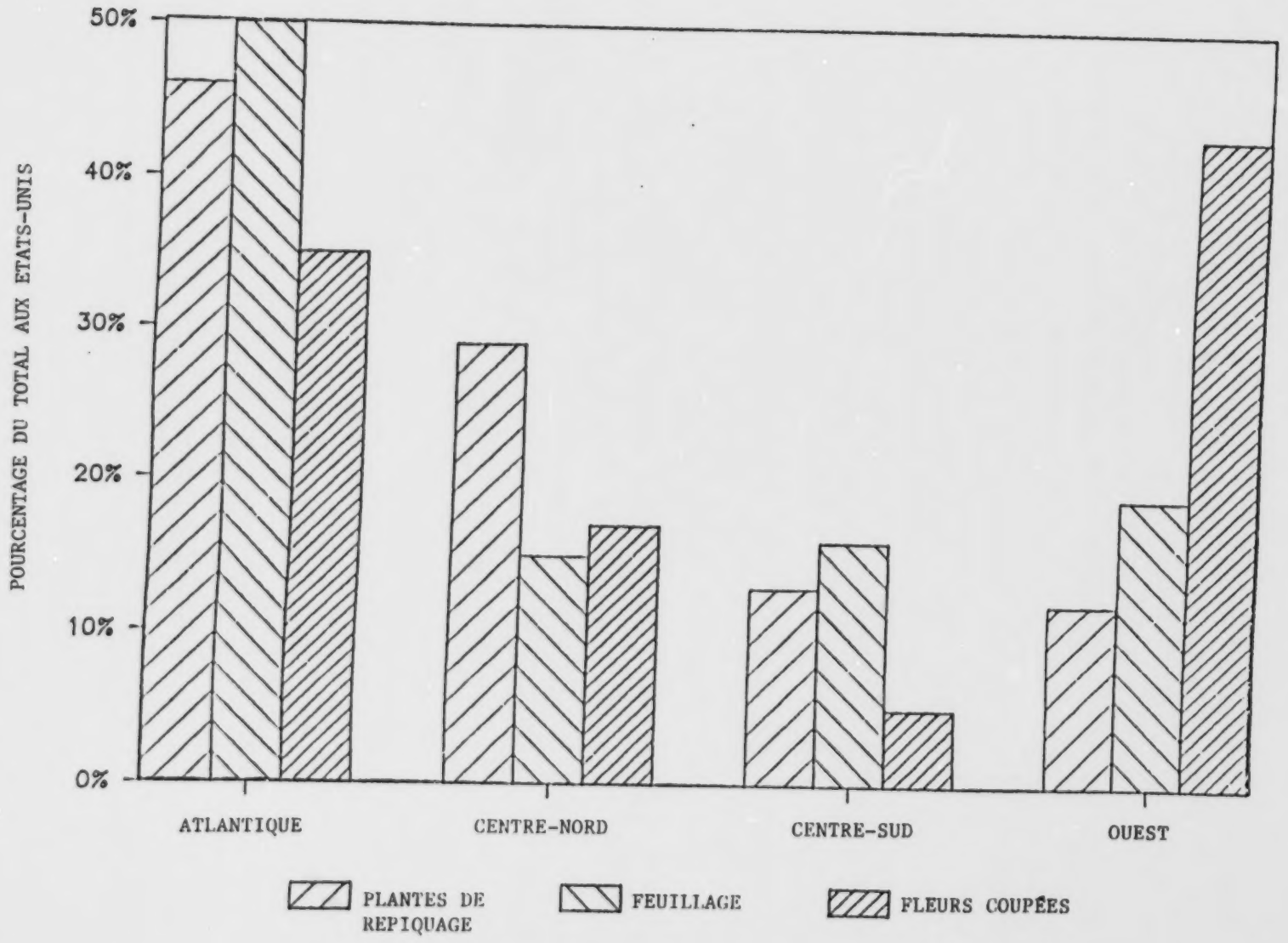
2. Producteurs commerciaux

Le recensement donne en outre des détails sur trois des cultures que les distributeurs identifient comme d'importants usagers de tourbe: les plantes de repiquage, les fleurs coupées et les plantes vertes, les feuillus et les plantes fleuries. Le tableau 36 sur la page opposée et les tableaux 37 et 38 au verso illustrent la taille relative de chaque industrie par région. Voici nos commentaires:

- Les plantes de repiquage sont essentiellement cultivées dans les régions de l'Atlantique et du Centre-Nord. Ensemble, elles représentent 64% des ventes, 75% des producteurs et 71% des aires protégées. Les sept états suivants comptent pour

TABLEAU 37

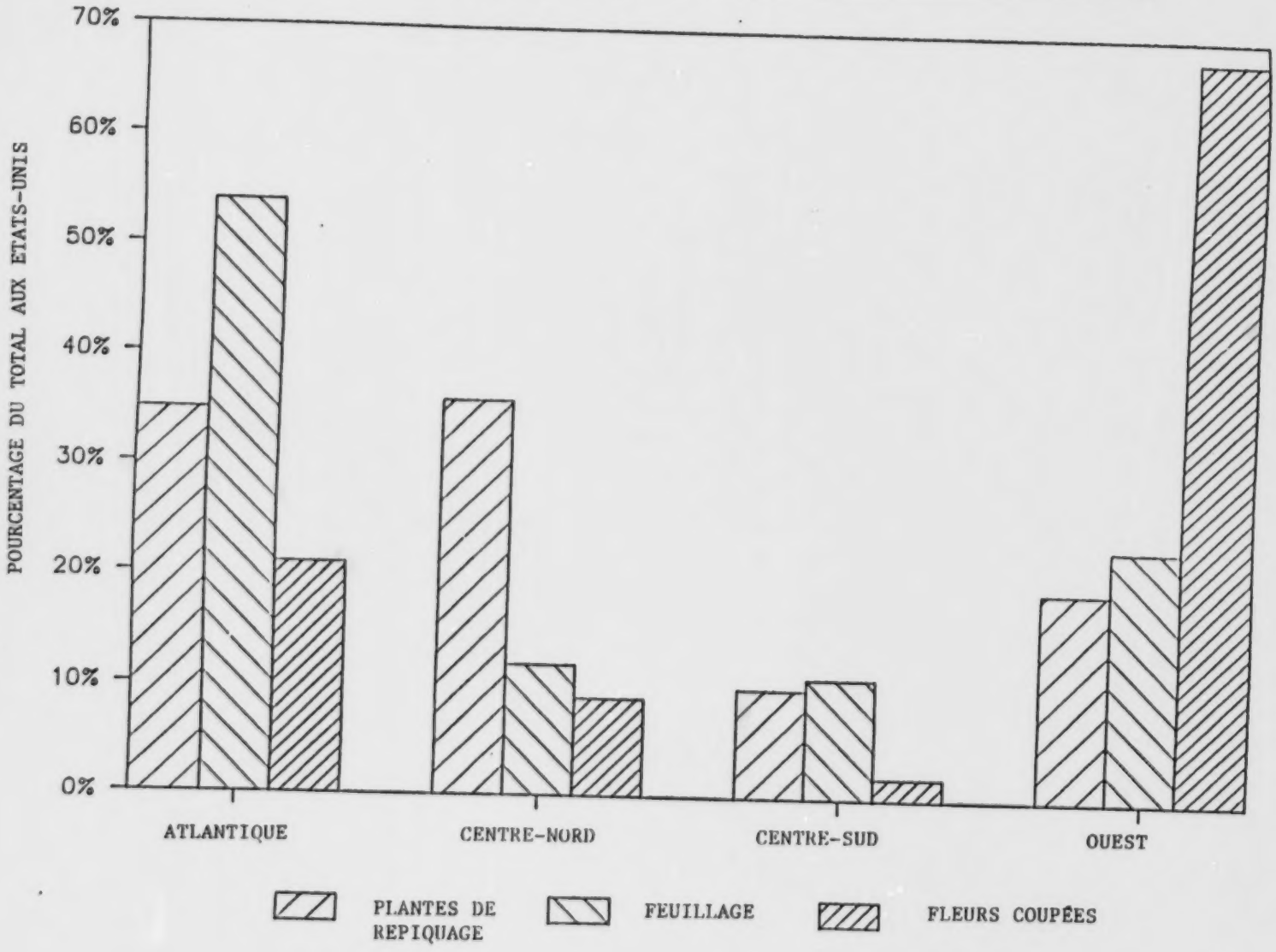
RÉPARTITION PAR RÉGION DES PÉPINIÈRES AUX ÉTATS-UNIS (1982)



SOURCE: U.S. Census Bureau, 1982

TABLEAU 38

RÉPARTITION PAR RÉGION DES AIRES PROTÉGÉES AUX ÉTATS-UNIS (1982)



SOURCE: U.S. Census Bureau, 1982

49% de la production américaine, suivant les ventes des producteurs en 1982:

- Californie,
- Michigan,
- Ohio,
- Texas,
- New York,
- Pennsylvanie, et
- Floride.

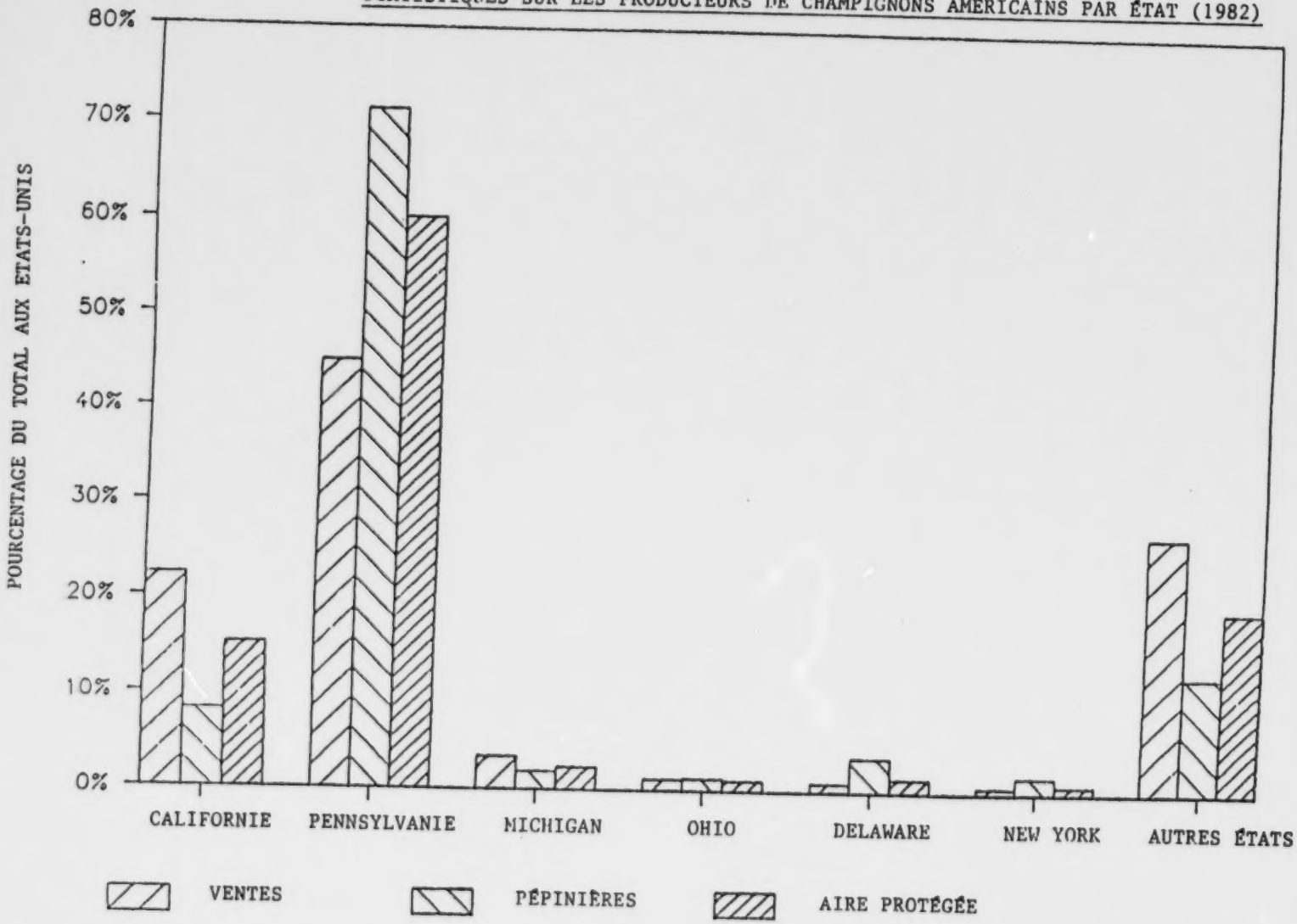
- Les feuillus et les plantes fleuries poussent essentiellement dans la région de l'Atlantique, comptant pour 44% des ventes des producteurs, 50% des producteurs et 54% des aires protégées. Les dix états suivants représentent environ 74% des ventes des producteurs en 1982:

  - Floride,
  - Californie,
  - Texas,
  - Ohio,
  - New York,
  - Pennsylvanie,
  - New Jersey,
  - Michigan,
  - Caroline du Nord, et
  - Illinois.

- L'Ouest, avec la Californie en tête, est la plus grande productrice de fleurs coupées et de verdure pour les fleuristes. La région enregistre 59% des ventes des producteurs, compte 43% des producteurs et 68% des aires protégées. Les huit états suivants représentaient environ 80% des ventes de fleurs coupées et de verdure pour les fleuristes aux États-Unis en 1982.

TABLEAU 39

STATISTIQUES SUR LES PRODUCTEURS DE CHAMPIGNONS AMÉRICAINS PAR ÉTAT (1982)



SOURCE: U.S. Census Bureau (Bureau de recensement américain) 1982

- Californie,
- Floride,
- Colorado,
- Pennsylvanie,
- Hawaï,
- Ohio,
- New York, et
- Indiana.

3. Champignons

Les producteurs de champignons représentent un marché important et constant pour la tourbe. D'après les statistiques du secteur et les conversations avec des distributeurs de tourbe, nous estimons que les producteurs de champignons achètent environ 2,3 millions de balles de tourbe par année.

Chaque entreprise a habituellement trois ou quatre récoltes par année. Chaque nouvelle mise en terre exige l'utilisation d'un nouveau compost avant d'introduire le mycélium. La tourbe est un élément du compost et le producteur en a par conséquent besoin chaque fois qu'il repique des champignons.

Cette industrie est concentrée aux États-Unis dans deux états, la Pennsylvanie et la Californie. Ensemble ils enregistrent 67% des ventes de champignons, comptent 76% des aires protégées et 80% des producteurs aux États-Unis. Le tableau 39 ci-contre résument les statistiques de l'industrie.

4. Autres usages

La tourbe horticole sert en outre à d'autres fins qui, au total, représentent environ 1,5 million de balles annuellement. Ces usages sont:

- aménagement de terrains de golf

- culture maraîchère,
- litière des chevaux dans les écuries
- absorbants d'huile, et
- milieu de culture pour les vers de terre.

Chacun de ces usages ne compte que pour une consommation très limitée de tourbe, en effet:

- On utilise de la tourbe pour l'aménagement des terrains de golf afin d'améliorer le sol, particulièrement pour l'aménagement des verts. Le volume nécessaire varie largement, suivant la disponibilité de la tourbe à un coût raisonnable et le niveau d'aménagement des terrains.

- Bien que les producteurs de champignons utilisent parfois de petites quantités de tourbe, ils ne font habituellement pas appel à un ensemble de substrats pour leurs cultures. D'après les distributeurs, les ventes de mélanges de sol à cette industrie augmentent et cela tend à limiter les ventes de tourbe brute aux producteurs maraîchers. L'effet net cependant est l'usage accru de la tourbe par les producteurs puisque le mélange de sol en contient et que les producteurs n'en auraient, autrement, pas achetée.

- La litière pour les écuries constitue un secteur d'utilisation infime où la tourbe et la paille se font directement concurrence. Les propriétaires d'écuries considèrent que la tourbe est meilleure mais son coût entre en ligne de compte, surtout dans les régions où la paille est bon marché.

- Les absorbants d'huile utilisent bien peu de tourbe et cette dernière doit être soumise à un procédé spécial de production afin de la sécher à une teneur souhaitée d'eau et de la moudre à la consistence désirée.

- Les ventes de tourbe servant de milieu de culture de vers de terre comptent pour moins de 29 balles par année, selon le Bureau of Mines américain.

En résumé, les usagers professionnels sont un secteur clé du marché pour la tourbe aux États-Unis; ils représentent de 35% à 45% des consommateurs. Ce secteur englobe les pépinières, les producteurs commerciaux, les producteurs de champignons et divers autres usagers.

Les producteurs commerciaux achètent plusieurs types de tourbe, dont la tourbe de roseaux et de carex, celle de sphaignes, d'hypnacées et d'humus. Ces acheteurs sont généralement bien informés et renseignés sur les produits de tourbe de même que sur le potentiel de substitution d'un produit par un autre comme l'écorce et le paillis. Ainsi, bien que les sphaignes présentent des caractéristiques uniques, l'importance de celles-ci variera, suivant les usages particuliers que font les producteurs commerciaux de la tourbe dans leur entreprise.

C. PRODUITS À «VALEUR AJOUTÉE»

La quantité de tourbe utilisée dans les produits à «valeur ajoutée», comme dans les mélanges de sol, augmente conformément à la demande. Les distributeurs estiment que celle-ci connaît une hausse de 10% à 15% annuellement. Nous estimons que ce secteur de marché achète environ 20% de la tourbe produite au Canada, soit environ (260 000 tonnes) 7,5 millions de balles. Mentionnons parmi les produits provenant de ce secteur les mélanges de sol et les pots de tourbe. D'après nos estimations, les mélanges de sol comptent pour plus de 90% de la tourbe utilisée dans les produits à valeur ajoutée. C'est pourquoi cette section leur est consacrée.

1. Le marché des mélanges de sol

On peut classer les producteurs de mélanges de sol suivant l'envergure de leur entreprise. Le premier groupe porte sur les gros exploitants produisant une gamme de mélanges de sol pour le marché en général. Le second groupe comprend les pépinières commerciales produisant des mélanges pour leur usage interne et les clients locaux.

Bien que l'on n'ait aucune statistique sur cette industrie, nous nous basons sur les entrevues menées pour dire que les grandes entreprises comptent pour plus de 60% de la tourbe achetée par les producteurs de mélanges de sol.

Les gros producteurs de mélanges de sol interrogés vendent généralement une gamme de mélanges de sol afin de répondre aux divers besoins des producteurs. Ces mélanges sont formulés conformément aux exigences des diverses plantes de même qu'aux diverses étapes de leur cycle de croissance. Les grandes entreprises mettent sur le marché jusqu'à 15 différents mélanges, en plus des mélanges personnalisés spécialement formulés pour certains clients particuliers importants.

Les mélanges contiennent de 0 à 90% de tourbe, par volume. La tourbe et l'écorce sont généralement les produits de base d'un mélange. À ces produits, les exploitants ajoutent:

- sable,
- pierre à chaux,
- sulfate,
- nitrate de potassium,
- vermiculite,
- borax,
- superphosphates, et
- perlite.

Le mélange final correspond aux fins et plantes particulières.

En s'inspirant de nos entrevues, il semble que le marché des pépinières locales soit à la baisse pour la tourbe utilisée dans les mélanges de sol. Deux participants ont déclaré que les pépinières locales ne pouvaient pas produire de mélanges de sol à un prix concurrentiel par rapport à celui qu'ils paient. L'accroissement du coût de la main-d'oeuvre et du coût en capital des équipements de mélange ont entraîné la réduction de la production des mélanges de

sol par les petites pépinières et l'achat auprès des exploitants plus importants.

2. Caractéristiques de l'industrie des mélanges de sol

Nous mentionnons ci-dessous les autres caractéristiques de l'industrie des mélanges de sol:

- Les opérateurs ont tendance à établir leurs usines à proximité des marchés d'utilisation finale. La tourbe et les autres matières brutes sont expédiées à l'usine.

- Nombre de gros producteurs de mélanges de sol produisent également de la tourbe, par exemple:

  - Colby a une usine de mélange en Iowa, et produit de la tourbe au Michigan et en importe du Canada,

  - les compagnies Fafard exploitent des usines de mélange au Canada et aux États-Unis,

  - Souther Importers exploite une tourbière au Nouveau-Brunswick et des usines de mélange aux États-Unis, et

  - Fisons-Western exploite des usines de mélange au Canada et aux États-Unis.

- D'autres compagnies, comme W.R. Grace, sont de gros producteurs de mélanges de sol, mais n'exploitent pas de tourbières.

- Les producteurs de mélanges de sol déclarent que le service aux clients est un aspect essentiel de la vente. En effet, si un client n'obtient pas entière satisfaction et que le mélange utilisé est inadéquat, les résultats peuvent affecter les cultures et des poursuites judiciaires peuvent être intentées contre les producteurs du mélange.

- L'assurance de la responsabilité civile constitue un coût important pour les producteurs de mélanges de sol. D'après un participant, cette assurance est de plus en plus difficile à obtenir.

Le marché des mélanges de sol prend de l'ampleur et les producteurs actuels sont les mieux placés pour en tirer parti. En effet, ils peuvent généralement produire davantage et sont des fournisseurs réputés et fiables. Les nouveaux exploitants devront assumer une assurance de la responsabilité civile dispendieuse et des coûts en capital d'équipement. Ils auront donc du mal à concurrencer les producteurs actuels bien établis.

D. RÉSUMÉ

En résumé, le marché américain de la tourbe horticole est important, mais sa croissance est relativement lente; on prévoit qu'il connaît une hausse annuelle inférieure à 3,5%.

Le secteur des consommateurs réduit ses achats d'amendements de sol (National Gardening Survey). En outre, la pénétration du secteur des consommateurs est faible, puisqu'il n'y a environ que 14% des foyers américains qui se livrent à des activités de jardinage nécessitant de la tourbe. Il semble possible d'accroître la pénétration de la tourbe dans le marché des consommateurs, cela nécessiterait cependant une vaste campagne promotionnelle en vue de sensibiliser les consommateurs aux avantages de l'usage de la tourbe dans les activités de jardinage à la maison et aux différences entre les divers types de tourbe.

Le marché professionnel pour la tourbe brute est saturé car l'usage par les producteurs de mélanges de sol augmente. Ce secteur est sensible au prix et la tourbe est concurrentielle par rapport aux mélanges de sol et autres paillis. La tourbe donne les meilleurs résultats avec les cultures à maturité rapide et elle semble être largement utilisée à cette fin. Les producteurs achèteront un milieu de croissance moins cher pour les autres applications où les avantages de la tourbe sont moins évidents.

Selon les distributeurs, le marché des mélanges de sol s'accroît rapidement à un taux annuel de 10% à 15%. Les mélanges de sol nécessitent des méthodes de production minutieuses afin d'assurer une qualité constante. Les clients s'attendent en outre à un soutien technique considérable des producteurs, et l'assurance de la responsabilité civile est coûteuse. Les perspectives d'avenir pour ces produits sont excellentes; cependant, nombre de producteurs nord-américains ont actuellement un surplus de production. Il semble donc que ces producteurs de mélanges de sol profiteront de la croissance et qu'il sera difficile pour les nouveaux producteurs de s'introduire dans le marché.

VI. PROFIL DE CERTAINS MARCHÉS INTERNATIONAUX

L'objectif du présent chapitre est d'identifier et de présenter une brève description des marchés étrangers potentiels pour les producteurs du Nouveau-Brunswick justifiant une étude approfondie. Ces marchés étrangers sont le Japon, la Chine, le Maroc, l'Égypte, l'Afrique du Sud, l'Algérie, l'Arabie Saoudite, Israël, l'Australie et la Nouvelle-Zélande.

Le choix de ces pays en vue d'occasions d'affaires repose d'abord sur les données commerciales des Nations Unies. Les statistiques sur les importations et exportations mondiales de tourbe provenant de la base de données des Nations Unies pour le STIC Code 3224 furent analysées afin de dresser la liste des pays dignes d'intérêt. Le code porte sur la «tourbe compactée en balles, broyée, séchée, pulvérisée/non pulvérisée et de paillis.» Il ne tient pas compte des articles de tourbe, de la cendre de tourbe, de la fibre de tourbe, de la tourbe filée, etc., généralement utilisés dans les applications non horticoles.

Notre analyse créa d'abord une matrice sur le commerce international de la tourbe, basée sur les statistiques d'importation pour la période de cinq ans s'étendant de 1981 à 1985 inclusivement. Afin de s'assurer de l'état complet de ces chiffres, nous avons ensuite tracé une matrice sur les exportations internationales pour les huit pays exportateurs les plus importants. Ces pays, l'Allemagne de l'Ouest, le Canada, l'Irlande, les Pays-Bas, la Finlande, la Suède, l'Autriche et la Belgique, exportent plus de 99% de la tourbe vendue en Occident.

TABLEAU 40

PRINCIPALES IMPORTATIONS DE TOURBE DANS LE MONDE
(Balles)

Pays	1981 (000)	1985 (000)	Taux de croissance annuel moyen (%)	Nombre moyen par année de balles additionnelles 1981 à 1985
Pays-Bas	10 247	15 041	10,07	1 198 400
États-Unis	8 995	12 559	8,70	890 938
France	3 298	9 314	29,63	1 504 050
Royaume-Uni	3 830	5 639	10,15	452 300
Belgique	4 042	4 053	0,07	2 640
Italie	1 490	3 980	27,84	622 398
Allemagne de l'Ouest	1 603	2 977	16,74	343 500
Suisse	1 974	1 796	(2,33)	-
Autriche	1 882	1 697	(2,56)	-
Espagne	462	1 313	29,85	212 740
Japon	345	916	10,81	48 920
Suède	1 307	719	(13,87)	-
Danemark	632	714	3,11	20 500
Arabie Saoudite[1]	240	587	25,03	86 710
Norvège	425	519	5,16	23 635
Grèce[1]	107	295	28,80	47 070
Maroc[1]	83	202	24,90	29 780
Australie[1]	118	196	2,42	4 470
Égypte[1]	218	123	(13,47)	-
Portugal	31	85	28,78	13,630
Israël[1]	26	84	36,11	14 935
Jordanie[1]	3	43	83,80	9 890
Finlande	145	8	(51,85)	-

SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies, 1985

( ) Indique un déclin

1 À partir des données sur l'exportation, puisque les statistiques sur l'importation ne furent pas considérées fiables.

En comparant les statistiques sur l'importation et l'exportation des pays plus petits et moins développés comme la Jordanie, on note plusieurs contradictions. C'est pourquoi nous avons fait appel, dans ces cas, aux données des pays exportateurs plus développés qui disposent de meilleures statistiques commerciales.

Le tableau 40 sur la page opposée résume les résultats de cette analyse. Pour déterminer quels pays offrent des occasions d'affaires, nous avons fait appel aux trois critères suivants:

- un niveau minimum d'importation de 60 000 balles,

- un taux de croissance moyen au cours des cinq dernières années de 10%, et

- une augmentation annuelle moyenne de 40 000 balles des importations de tourbe au cours des quatre dernières années.

L'application de ces critères a indiqué que les régions suivantes présentaient un certain potentiel:

- États-Unis

- Europe de l'Ouest
  - France,
  - Allemagne de l'Ouest,
  - Italie,
  - Pays-Bas,
  - Royaume-Uni,
  - Grèce, et
  - Espagne.

- Moyen-Orient
  - Arabie Saoudite

TABLEAU 41

RÉGIONS ET PAYS ÉTUDIÉS

EUROPE DE L'OUEST

- Pays-Bas
- France
- Royaume-Uni
- Belgique/Luxembourg
- Italie
- Allemagne de l'Ouest
- Suisse
- Autriche
- Suède
- Danemark
- Grèce
- Espagne
- Portugal

MOYEN-ORIENT

- Égypte
- Israël
- Jordanie
- Maroc
- Arabie Saoudite

PAYS DU PACIFIQUE

- Japon
- Australie

- Pays du Pacifique
  - Japon

Pour compléter notre analyse des occasions d'affaires potentielles pour la tourbe du Nouveau-Brunswick, nous avons en outre divisé les régions susmentionnées et ajouté d'autres pays répondant à un ou deux, non aux trois, critères économiques. Le tableau ci-contre indique la répartition finale des régions et des pays qui feront l'objet d'études plus approfondies. On a déjà traité du marché américain dans les pages précédentes du rapport.

Nous aborderons la question du marché de l'Europe de l'Ouest dans les paragraphes suivants, laquelle sera suivie des profils des marchés choisis au Moyen-Orient et dans les pays du Pacifique.

A. EUROPE DE L'OUEST

Nous traitons des pays de l'Europe de l'Ouest en tant qu'un seul marché car ils sont membres de la Communauté économique européenne (CEE) où le libre-échange est monnaie courante. La plupart de ces pays ont de forts liens économiques en termes de marchandises et de services. Sous la protection de la CEE, les pays membres peuvent exporter leurs produits hors taxe alors que les pays non-membres, comme le Canada, sont assujettis aux tarifs. Nous discuterons ci-dessous des membres établis de la CEE. Plus tard dans le présent chapitre, nous étudierons individuellement la France, la Grèce, l'Espagne et le Portugal.

La France, le deuxième plus important pays importateur de tourbe en Europe, n'est devancée que par les Pays-Bas. Cependant, contrairement à ce pays dont les importations de tourbe sont environ le double de ses exportations, les exportations de tourbe de la France représentent moins de 1% de ses importations. On peut donc déduire que la France est un utilisateur important de tourbe qui importe presque la totalité de ses besoins. La Grèce, l'Espagne et le Portugal sont en outre des nouveaux membres de la CEE et n'y sont pas entièrement intégrés. Ils offrent donc un potentiel d'affaires excellent pour les pays non-membres de la CEE.

TABLEAU 42

RÉPARTITION DES IMPORTATIONS DE TOURBE DANS LES PRINCIPAUX MARCHÉS EUROPÉENS, 1985
(%)

IMPORTATEURS	EXPORTATEURS								
	Allemagne de l'Ouest	Pays-Bas	Irlande	Finlande	Suède	Autriche	Belg/Lux	URSS	Autre
Pays-Bas	91,3	-	0,4	4,8	0,5		0,3	1,6	1,1
France	54,2	29,1	3,2				5,8	6,0	1,7
Royaume-Uni	0,7	0,9	89,5	1,6	0,5			6,3	0,5
Belgique/Luxembourg	24,4	64,8					-	10,2	0,6
Italie	65,5	5,8				7,3		16,5	4,9
Allemagne de l'Ouest	-	58,7				1,3		37,3	2,7
Suisse	89,3							5,8	1,3
Autriche	72,5					-		14,9	12,6
Suède				87,5	-			7,7	4,8
Danemark	21,2			9,9	41,3			25,8	1,8

SOURCE: Statistiques commerciales des Nations Unies, 1985

1. Membres établis de la CEE

a. Niveau des importations de tourbe

Le niveau des importations de tourbe par pays est difficile à évaluer en Europe en raison des volumes importants de tourbe échangés entre les pays.

Les tableaux 42 et 43 ont été dressés afin de démontrer l'importance des échanges commerciaux de tourbe entre les pays d'Europe. Le tableau 42 figurant sur la page opposée montre la répartition de la part des importations dans les dix principaux marchés européens. Le tableau 43 au verso illustre la répartition des exportations de tourbe pour chaque producteur important. Dans ces deux tableaux, les pays sont inscrits par ordre d'importance de gauche à droite et de haut en bas. Ces tableaux indiquent clairement le degré élevé d'interdépendance entre les pays européens. Dans plusieurs cas, les plus grands exportateurs sont également inscrits parmi les plus grands importateurs. Par exemple, en 1985, l'Allemagne de l'Ouest exporta plus de 13 millions de balles de tourbe aux Pays-Bas et importa environ 1,7 million de balles de tourbe de ce même pays.

L'importance de ce marché se reflète dans l'analyse suivante. Six pays, la Belgique, la France, l'Allemagne de l'Ouest, l'Italie, les Pays-Bas et le Royaume-Uni réunis ont importé plus de 41 millions de balles de tourbe en 1985, plus de trois fois les 12,5 millions de balles importées par les États-Unis. Ces pays sont industrialisés et ont un niveau de vie parmi les plus élevés du monde comme le montre le PNB par habitant qui se répartit comme suit: Belgique (10 790 $), France (14 379 $), Allemagne de l'Ouest (14 210 $), Italie (9 990 $), les Pays-Bas (11 953 $) et le Royaume-Uni (10 545 $).

TABLEAU 43

RÉPARTITION DES EXPORTATIONS DE TOURBE DANS LES PRINCIPAUX MARCHÉS EUROPÉENS, 1985
(%)

EXPORTATEURS	IMPORTATEURS										
	PAYS-BAS	FRANCE	ROYAUME-UNI	BEL/LUX	ITALIE	ALLEM. OUEST	SUISSE	AUTRICHE	SUÈDE	DANEMARK	AUTRE
Allemagne de l'Ouest	44,4	16,3	0,1	3,2	8,4	-	5,2	4,0		0,5	17,9
Pays-Bas	-	33,2	0,6	32,1	2,3	21,4	0,2	0,1		0,1	10,0
Irlande	1,0	4,7	80,3					0,3	39,4	4,4	3,4
Finlande	45,5	0,7	5,5	0,4	0,4			0,3	39,4	4,4	3,4
Suède	6,5	0,7	2,9			0,4				27,7	61,8
Autriche	14,0				80,4		1,8				3,8
Belgique/ Luxembourg	14,7	84,7			0,2						0,4

SOURCE: Statiques commerciales des Nations Unies, 1985

b. Principaux usages de la tourbe

En Europe, la tourbe est utilisée à des fins horticoles et comme combustible. Les statistiques commerciales ci-dessus ne portent pas sur la tourbe utilisée à des fins de combustible, puisque notre étude ne traite que de ses usages horticoles. En plus des ventes de tourbe aux producteurs professionnels, aux foyers et aux producteurs de mélanges de sol, il semble que les producteurs européens mettent plus de produits à valeur ajoutée sur le marché de consommation.

c. Contraintes

Les occasions d'affaires pour les producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick dans les marchés européens sont limitées. Tout producteur nord-américain subira une concurrence soutenue des fournisseurs locaux. Voici les principales contraintes liées à la pénétration des plus grands marchés européens:

- En tant que membres de la CEE, ces pays ont un avantage direct d'associés commerciaux préférentiels.

- D'après les sources de l'industrie, le plus important producteur européen de tourbe, l'Allemagne de l'Ouest, dispose de réserves de tourbe suffisantes pouvant répondre à la demande pendant plus de 25 ans.

- La distance entre les importateurs et les exportateurs est négligeable en Europe, alors que les fournisseurs du Nouveau-Brunswick devront payer des frais de transport transatlantique. Par exemple, les frais de transport pour expédier un conteneur de Saint-Jean (Nouveau-Brunswick) au Havre (en France) sont d'environ 2 800 $ ou d'environ 7,50 $ par balle, sur la base de 373 balles par conteneur. Les livraisons en France entraînent des

frais supplémentaires et sont comparables aux frais de transport payés par les producteurs ouest-allemands.

- La plupart des marchés européens sont bien desservis par des fournisseurs établis. Les producteurs du Nouveau-Brunswick devront donc faire directement concurrence aux fournisseurs européens afin de gagner cette part du marché et n'auront aucun atout significatif.

Les occasions d'affaires à plus long terme en Europe semblent cependant être meilleures. Les producteurs de tourbe européens subissent la pression croissante des groupes environnementaux pour réduire la production. Alors que les réserves baissent, les producteurs éprouveront des difficultés à ouvrir de nouvelles tourbières.

Ainsi, des occasions d'affaires pour les producteurs canadiens de tourbe se créeront peut-être en Europe puisque le marché européen continue de croître et que les producteurs font l'objet de plus en plus de pression en vue de réduire leur production.

2. France

a. Historique

La France est le deuxième pays en termes d'étendue après l'URSS en Europe et l'un des membres fondateurs de la CEE. Elle compte environ 55,4 millions d'habitants dont le taux de croissance annuel est inférieur à 0,5%.

Environ 34% des terres servent à des fins agricoles et approximativement 8% de la main-d'oeuvre est employée par ce secteur de l'économie. Elle produit principalement des céréales, du fourrage, du bétail et des produits laitiers, du vin, des fruits et légumes.

Le PNB annuel par habitant de la France est de 14 379 $, lui conférant l'un des plus hauts niveaux de vie en Europe. L'économie national croît au rythme d'environ 2% depuis le début des années 70.

b. Niveau des importations de tourbe

D'après les statistiques commerciales des Nations Unies, la France a importé environ 3,3 millions de balles de tourbe en 1981. Entre 1981 et 1985, ces importations ont connu une croissance annuelle moyenne de 29,6% et en 1985 elle importait environ 9,3 millions de balles. Ces chiffres ont été confirmés par l'ambassade du Canada à Paris.

Les principaux pays fournisseurs de tourbe à la France sont l'Allemagne de l'Ouest, les Pays-Bas, l'URSS et la Belgique/Luxembourg, représentant respectivement 54%, 29%, 6% et 6% des importations de la France. D'autres pays d'Europe, dont l'Irlande, l'Italie, le Royaume-Uni et la Suède constituent la dernière portion de 5%.

Les importations se composent de la tourbe brune et de la tourbe blonde, et les deux sont souvent mélangées avec d'autres ingrédients afin de produire un milieu de culture servant à des usages spécifiques. La tourbe blonde est la plus populaire et représente plus de 90% des importations.

c. Principaux usages de la tourbe

Le marché français est formé de deux secteurs clés, les producteurs commerciaux et les consommateurs. Les producteurs commerciaux - pépiniéristes, jardiniers paysagistes, cultivateurs, producteurs de plants de pépinières et de fleurs et les municipalités - comptent à l'heure actuelle pour environ 60% de la consommation. Les

consommateurs utilisant la tourbe dans leurs activités de jardinage à l'extérieur et à l'intérieur représentent 40% de la consommation. Des sources de l'industrie rapportent que la consommation de tourbe de ces deux secteurs s'est accrue au début des années 80 mais qu'elle se stabilise à l'heure actuelle et que les perspectives de croissance, le cas échéant, pour les cinq années à venir sont très lentes.

d. Prix

Les prix actuels de la tourbe en France semblent être très concurrentiels. Les principaux fournisseurs, l'Allemagne de l'Ouest et l'URSS livrent une balle de 0,170 m^3 (6 pi^3) de tourbe compactée, FAB France, pour environ 8,80 $ la balle. L'Irlande a tout récemment fait en France la promotion de sa tourbe et l'offre à faible prix pour attirer les acheteurs. D'après des sources françaises, l'Irlande livre de 90 m^3 à 100 m^3 de tourbe en vrac, compactée, en conteneur et FAB France, au prix d'environ 31,90 $ par m^3, revenant à 5,45 $ par balle.

e. Principaux Importateurs et contacts

Voici la liste des principaux importateurs de tourbe en France, qui ont la faveur de l'ambassade du Canada à Paris:

S.C.P.A. Sa, Le Bois
Le Puy Notre Dame
49260 Montreuil Bellay
Télex: 720161F
Téléphone: 41 52 20 00

Sté. de Vente des Produits Spécialisés
34 boul. du Général De Gaulle
49600 Beaupreau
Télex: 720247F
Téléphone: 41 55 02 18

Ets Chauvin Sarl
55 boul. Albin Durand
BP 14, 84260 Sarrians
Télex: 432044F
Téléphone: 90 65 40 23

Tourbières de la Ba Sa
Harricourt
08240 Buzancy
Télex: 830317F
Téléphone: 24 30 01 99

Pertil Division
Papeteries Henri Boucher Sa
33 avenue du Maine
BP28, 75755 Paris Cedex 15
Télex: 203234F
Téléphone: 45 38 52 25

Tecsem Sa
132 rue de la Convention
75015 Paris
Télex: 206074F
Téléphone: 45 54 04 47

Les Fils Charnet Sa
28 rue d'Enghien
69287 Lyon Cedex 2
Télex: 380169F
Téléphone: 78 38 09 10

f. Contraintes relatives à la pénétration du marché

Les sources de l'industrie rapportent que le prix est probablement la contrainte principale limitant la pénétration canadienne du marché. La totalité de la tourbe entrant en France est hors taxe et toutes les importations de tourbe sont imposées. La tourbe canadienne n'est donc pas assujettie à des tarifs plus élevés que celle de l'Allemagne de l'Ouest. Toutefois les frais d'expédition de tourbe de l'autre côté de l'Atlantique sont d'environ 7,50 $ par balle

sans parler des frais additionnels occasionnés par le transport de la tourbe du port d'entrée aux destinations en France. Les producteurs canadiens sont donc, en termes de coût, désavantagés par rapport à ceux de l'Allemagne de l'Ouest et de l'URSS qui peuvent expédier leur produit en France par voie terrestre pour un coût total, produit et transport inclus, d'environ 1,00 $ de plus qu'il en coûte aux producteurs canadiens pour expédier la tourbe de Saint-Jean à à Le Havre en France.

La tourbe importée doit en outre répondre aux normes françaises d'étiquetage et de classes qui sont établies par l'AFNOR, l'association française de la normalisation. La norme NF U 44-501 indique la terminologie à utiliser pour décrire la tourbe suivant ses caractéristiques et son contenu.

3. Grèce

a. Historique

La Grèce est située au sud de l'Europe, à la frontière du Moyen-Orient. C'est un pays industrialisé, bien qu'il soit considéré être à l'extrémité inférieure sur l'échelle de l'industrialisation. La Grèce est tout récemment devenue un pays membre de la CEE et, en dépit de son secteur agricole fort, elle doit améliorer ses installations de transformation alimentaire afin d'être conforme aux normes de la CEE.

La population de la Grèce est d'environ 10 millions d'habitants; son taux de croissance annuel est inférieur à 0,3%. Un tiers de sa population vit dans des régions rurales et est engagé dans des activités agricoles.

À titre d'indicateur de performance économique, son PNB annuel par habitant est de 5 280 $. Les prévisions indiquent toutefois un ralentissement de la croissance, accompagné d'une tendance inflationniste assez forte, qui entraînera à court terme la stagnation de l'économie.

b. Niveaux d'importations de tourbe

Entre 1981 et 1985, le volume des importations de tourbe de la Grèce augmenta de près de 29% par année, il est passé d'environ 100 000 balles en 1981 à 295 800 balles en 1985. Le marché actuel de la tourbe est estimé à environ 290 000 balles, selon des importateurs privés.

La Grèce importe surtout de la tourbe de sphaignes, à fibres longues et courtes. L'URSS qui représente 69% des importations de la Grèce, les Pays-Bas 14% et l'Allemagne de l'Ouest 11% sont ses principaux fournisseurs. La portion restante de 6% provient de plusieurs pays dont l'Italie, la Finlande, l'Autriche et le Royaume-Uni.

c. Usages de la tourbe

En Grèce, la tourbe est utilisée en tant qu'engrais organique. Le ministère de l'Agriculture et des Forêts qui s'en sert dans son programme de reforestation est l'un de ses usagers principaux. Les détails sur d'autres usages finaux précis ne sont pas disponibles.

d. Prix

De l'avis des importateurs locaux, le prix de la tourbe varie de 8,25 $ par balle de 6 pi^3 à 10,00 $ par balle (FAB Grèce). Ce prix comprend toutes les dépenses et droits. Les importations des pays fournisseurs se situent généralement dans cette marge.

e. Principaux importateurs et contacts

Voici la liste des principaux importateurs de tourbe en Grèce, qui ont la faveur de l'ambassade du Canada:

Violmet Ltd.
11 rue Kratinou
Athènes, Grèce 10552
Télex: 219122 Vime Gr.
Attention: A. Gelopoulos

B.S. Spyrou and Son
Epe. 36
Rue Piraeus
Athènes, Grèce 10437
Télex: 219133 Spir Gr.
Attention: S. Spyrou

Anthokipeftiki, SA
6 rue Piraeus
Athènes, Grèce 10431
Télex: 225572 Anar Gr.
Attention: Mme D. Argyraki

f. Contraintes relatives à la pénétration du marché

La majorité de la tourbe est importée en Grèce par le biais d'offres publiques d'achat internationales par le ministère de l'Agriculture et des Forêts. Les documents sur les offres sont disponibles en grec et en anglais et il faut passer par un agent local pour faire une soumission. Les prix doivent être indiqués dans la monnaie locale (en drachmes) et un certificat phytosanitaire doit être fourni. La tourbe doit être emballée dans des sacs en polythylène résistants, et les balles doivent peser environ 50 kg.

La Grèce, en tant que membre de la CEE, considère les fournisseurs membres de la CEE comme des associés commerciaux préférentiels; les producteurs du Nouveau-Brunswick sont donc désavantagés à cet égard.

4. Espagne

a. Historique

La population de l'Espagne, dont l'âge moyen est à peine supérieur à 30 ans, est l'une des plus jeunes de la Communauté économique européenne. Comme la population de ce pays est relativement jeune si on la compare à celle d'autres pays industrialisés, l'Espagne, dont le PNB annuel par habitant est de 6 216 $ tente d'élever son niveau de vie et cette question sera l'une des préoccupations fondamentales du gouvernement au cours des cinq prochaines années.

La population espagnole atteint presque les 39 millions, et la plupart résident dans des centres urbains. En fait, moins de 25% des Espagnols vivent en milieu rural. La majeure partie de la main-d'oeuvre travaille dans le secteur des services, et moins de 20% dans le secteur agricole.

Les perspectives économiques de l'Espagne permettent d'entrevoir une croissance constante d'environ 3% par année, et un taux d'inflation modéré.

b. Niveau des importations

D'après les statistiques commerciales des Nations Unies, les importations de tourbe de l'Espagne sont passées de 461 000 balles en 1981 à plus de 1,3 million de balles en 1985, ce qui indique un taux de croissance annuel moyen de presque 30% par année. Les volumes ont été confirmés par l'ambassade du Canada à Madrid.

Les fournisseurs principaux sont l'Allemagne de l'Ouest, les Pays-Bas et la Finlande qui comptent respectivement pour 75%, 16% et 5% des importations. L'autre 4% est importé d'autres pays d'Europe dont l'URSS, la Belgique, l'Irlande et la Suède. La tourbe importée est du type sphaignes.

c. Principaux usages de la tourbe

La majeure partie de la tourbe importée en Espagne est destinée aux producteurs commerciaux dans l'industrie horticole.

d. Prix

Le coût d'achat actuel rendu de la tourbe en Espagne varie selon le pays d'origine et les différents frais de transport. Par exemple, la tourbe importée d'Allemagne de l'Ouest peut être expédiée par camion et est vendue en Espagne au coût moyen de 4,20 $ par balle (1,00 $ CAN = 0,01098 pesetas). Le coût d'achat rendu de la tourbe expédiée par voie maritime de la Finlande à l'Espagne est d'environ 10,20 $ par balle. La différence de prix permet de comprendre pourquoi l'Allemagne de l'Ouest contrôle les trois quarts du marché de la tourbe.

e. Principaux importateurs et contacts

Voici la liste des principaux importateurs de tourbe en Espagne, qui ont la faveur de l'ambassade du Canada à Madrid:

Transco S.A.
Adres Mellado, 10
28015, Madrid, Espagne
Téléphone: (91) 243-3600
Télex: 23336

Cannsa
Angel Baixerao, 9
08002, Barcelone, Espagne
Téléphone: (93) 319-0400
Télex: 54045 Cnn E

Commercial Y Turbao Projar
Dana Valcarcel, 1
Valence
Téléphone: (96) 369-5684
Télex: 64771

c. Contraintes relatives à la pénétration du marché

La contrainte principale pour les producteurs du Nouveau-Brunswick désirant vendre de la tourbe à l'Espagne est le fait que celle-ci est membre de la CEE et que les autres pays membres deviennent des associés commerciaux préférentiels. Cependant, si un pays non membre de la CEE fournissait à prix concurrentiel un produit d'une qualité équivalente, il pourrait avoir accès au marché assez rapidement.

5. Portugal

a. Historique

Le Portugal est devenu membre de la CEE en 1984. Ce pays ne correspond toutefois pas au profil industriel général de la plupart des autres pays membres de la CEE, puisque sa base économique repose principalement sur l'agriculture. L'un des principaux secteurs d'amélioration sera la mise à jour de ses méthodes de culture afin de rendre le Portugal plus auto-suffisant en termes d'alimentation.

La population du Portugal compte environ 10,1 millions d'habitants, augmentant au taux annuel moyen de 0,7%. Plus des deux tiers de celle-ci vit en milieu rural, et la majorité de la main-d'oeuvre travaille dans le secteur agricole.

Son PNB annuel par habitant est de 2 758 $ et on s'attend à ce que sa croissance économique dépasse 3% en 1987. On prévoit une hausse de la consommation des particuliers grâce à de saines augmentations de revenu; l'inflation est cependant toujours élevée à plus de 10%.

b. Niveau des importations

D'après les statistiques commerciales des Nations Unies, les volumes d'importation de tourbe du Portugal ont augmenté au taux annuel moyen de 28,8% entre 1981 et 1985. Cela s'est traduit par des volumes d'importation réels de près de 90 000 balles en 1985. Selon des renseignements recueillis par la délégation commerciale canadienne à Lisbonne, on prévoit que l'importance totale du marché sera de 60 000 à 90 000 balles, indiquant qu'il est uniquement constitué par des importations.

Généralement, le type de tourbe importée est de la tourbe de sphaignes à particules fines. La tendance du marché actuel est cependant la substitution de substrats préparés par de la tourbe pure.

Les principaux fournisseurs de tourbe au Portugal sont l'Allemagne de l'Ouest, qui a une part importante du marché d'environ 45%, le Royaume-Uni et la Suède, avec chacun 20%.

c. Principaux usages de la tourbe

Au Portugal, la tourbe est principalement utilisée dans les mélanges de sol pour les plantes d'agrément et l'horticulture commerciale.

d. Prix

L'Allemagne de l'Ouest vend actuellement une balle de 6 pi^3 au prix de 5,60 $ (DM 7,50) livrée au Portugal.

e. Principaux importateurs et contacts

Voici la liste des principaux importateurs de tourbe au Portugal, qui ont la faveur de l'ambassade du Canada à Lisbonne:

J.L. Vieria LDA
AV Joao Crisostomo, No. 79-2E
1100 Lisbonne, Portugal

Novum-Industries E Representacoes CDA
AV Da Republica, No. 2-4
1000 Lisbonne, Portugal

Sociedade Ziockermann Sarl
Rossio No. 3-3
1100 Lisbonne, Portugal

f. Contraintes relatives à la pénétration du marché

Un certain nombre de facteurs peuvent présenter des barrières aux producteurs du Nouveau-Brunswick dans la vente au marché portugais. Le premier facteur: les frais de transport pour les producteurs canadiens par rapport à ceux des fournisseurs européens. De plus, il n'y a que peu de lignes directes de transport entre le Canada et le Portugal. Les acheteurs portugais commandent souvent des quantités inférieures aux minimums acceptables et, par conséquent, il arrive qu'il soit économiquement non réaliste de les approvisionner. Un autre facteur important est l'adhésion du Portugal à la CEE. La tourbe provenant des autres pays membres de la CEE n'est assujettie à aucun droit alors que celle qui est importée du Canada est assujettie à un tarif d'environ 4,8%.

En résumé, l'Europe de l'Ouest représente un marché énorme pour la tourbe qui, à l'heure actuelle, est auto-suffisant. Il semble cependant que les grands pays exportateurs fassent l'objet de pression de la part des conservationnistes qui souhaitent réduire leur

production. Cela pourrait, à long terme, donner lieu à des occasions d'affaires pour les producteurs du Nouveau-Brunswick. Il serait donc essentiel de mener une étude détaillée des niveaux de production, des réserves de tourbe et des échanges entre les pays en vue d'identifier et d'évaluer ces occasions.

B. MOYEN-ORIENT

1. Égypte

a. Historique

L'Égypte est situé en Afrique du Nord à proximité du Moyen-Orient. Sa population est d'environ 50,5 millions d'habitants et elle augmente annuellement de 2,7%. Son PNB annuel par habitant est de 1 000 $ et les perspectives économiques de l'Égypte ne sont pas très bonnes compte tenu du prix actuel du pétrole, puisque bien des Égyptiens travaillent dans l'industrie pétrolière d'autres pays. Autrefois, les remises des travailleurs immigrants étaient plus importantes que la valeur totale des exportations de marchandises de l'Égypte. De plus, comme l'économie du Moyen-Orient s'est resserrée, un bon nombre de ces travailleurs sont revenus en Égypte, causant encore plus de pressions sur une économie déjà faible.

b. Niveau d'importance

Bien que les importations de tourbe de l'Égypte ont chuté à un taux annuel moyen de 13,5% entre 1981 et 1985, les importations sont passées de 41 000 balles en 1984 à plus de 122 000 balles en 1985. Les importations en 1986 étaient d'environ 162 000 balles indiquant une demande actuelle à la hausse pour la tourbe.

Plus de la moitié de la tourbe importée en Égypte en 1986, le fut par le biais d'offres publiques d'achat internationales du gouvernement; les compagnies du secteur privé sont responsables de l'autre portion des importations. On importa que de la tourbe de sphaignes.

Les fournisseurs traditionnels de tourbe à l'Égypte sont l'Irlande, l'Allemagne de l'Ouest et la Suède. Quatre-vingt-dix pour cent des importations actuelles proviennent de l'Irlande, puisque les caractéristiques de la tourbe provenant de l'Allemagne de l'Ouest ne sont plus acceptées et que la tourbe suédoise est trop dispendieuse.

c. Usages de la tourbe

En Égypte, la tourbe est principalement utilisée comme matériau d'emballage pour retenir l'humidité des légumes exportés, en particulier les pommes de terre. L'une des caractéristiques que doit posséder la tourbe est qu'elle doit retenir 60% de son poids en eau pendant 48 heures.

On utilise également la tourbe à des fins agricoles, mais la nature exacte de cet usage, ou son importance relative, n'a pas été précisée par l'ambassade du Canada.

d. Prix

Le prix moyen FAB (lieu d'origine) pour la tourbe est de 5,60 $ par sac en polyéthylène individuel de 40 kg contenant environ 6 pi^3 de tourbe.

e. Principaux importateurs et contacts

Voici la liste des principaux importateurs de tourbe en Égypte, qui ont la faveur de l'ambassade du Canada:

Nile Co. For Export of Agricultural Bales
19, rue El Gomhouria
Caire, Égypte
Attention: Exx Eddin Mohammed El Sayed

El Wadi Co., For Export of Agricultural Bales
17, rue El Bouston
Bab El Louk, C.P. 8785
Caire, Égypte
Attention: Mustafa Roushdi El Sayed

Meditrade Co.
4, rue Talatt Harb
4e étage
Caire, Égypte
Télex: 93245, Medi UN
Attention: Mustafa Roushdi, Président

Aratra Export/Import and Packing Co.
5 rue Ahmed Orabi
Alexandrie, Égypte
Télex: 54348 Hlima UN
Attention: Y. Abou Ismail

Embasco
22 rue Talatt Harb
Caire, Égypte
Attention: Samir El Naggar

Egyptian Agricultural Development Co.
12 rue El Batal Ahmed Abdel Aziz
Dokki, Égypte
Télex: 93745, Agnic UN

Maba Agricultural Company
27, rue Madkur
Al Ahram, Giza Égypte
Télex: 93228 Conco UN
Attention: Mokhtar Abou Basha

f. Contraintes relatives à la pénétration du marché

Il n'y a aucune contrainte empêchant les producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick de pénétrer le marché égyptien de la tourbe. Le facteur critique dans la vente de la tourbe à l'Égypte est son bas prix, en effet le gouvernement accorde généralement les contrats au plus bas soumissionnaire. Les importateurs du secteur privé sont aussi très sensibles au prix.

2. Israël

a. Historique

L'État d'Israël a une superficie de 20 699 km², soit environ l'étendue du Massachusetts. Il est situé à l'extrémité est de la mer Méditerranée et flanqué par l'Égypte au sud-ouest, la Syrie et la Jordanie à l'est et le Liban au nord. La population israélienne est d'environ 4,2 millions d'habitants et connaît un taux de croissance annuel de 1,6%. Son produit national brut était de 36,3 milliards de dollars en 1985 et son taux de croissance annuel de 2%. Son revenu par habitant en 1984 était de 8 530 $.

Environ 22% des terres sont utilisées à des fins agricoles, et 6% de la main-d'oeuvre travaille dans ce secteur. Les principaux produits agricoles sont les agrumes et les autres fruits, les légumes, le boeuf, les produits laitiers et la volaille.

b. Niveau des importations de tourbe

Entre 1981 et 1985, le volume des importations de tourbe d'Israël s'est accru à un taux annuel moyen de 36%. Le niveau réel des importations était de 24 560 balles en 1981, niveau qui s'est accru constamment jusqu'à atteindre 84 100 balles en 1985. D'après les statistiques israéliennes la valeur des importations aurait augmenté de 13% entre 1985 et 1986, bien qu'elles n'indiquent pas les volumes réels.

Environ 70% des importations proviennent de l'Allemagne de l'Ouest et le reste, d'autres producteurs européens, dont les Pays-Bas et la Finlande.

c. Principaux usages de la tourbe

La tourbe sert en Israël surtout d'engrais organique ou d'additif pour le sol dans l'industrie horticole, en particulier pour les serres et les pépinières se spécialisant dans la production de légumes. Les particuliers l'utilisent également pour le jardinage et pour améliorer leur gazon.

d. Prix

Le prix moyen de la tourbe en Israël est de 8,25 $ par balle de 0,170 m^3 (6 pi^3), FAB Israël.

e. Principaux importateurs et contacts

Les principaux importateurs de tourbe en Israël sont Hamashbir, une agence gouvernementale pour les kibboutz (coopératives agricoles) et les importateurs du secteur privé qui la fournissent aux pépinières. Tout récemment, l'un des principaux importateurs se rendit au Canada afin d'identifier les fournisseurs éventuels de tourbe mais ne put en obtenir, à cause de pénuries.
La société à contacter est:

Soli Ltd.
C.P. 196
Rehovot 76101
Télex: 361965
Attention: William Soer

f. Contraintes relatives à la pénétration du marché

Il n'est pas nécessaire d'avoir un permis d'importation pour exporter de la tourbe en Israël. Le seul inconvénient pour les fournisseurs canadiens est qu'ils sont soumis à un droit de 8% alors que les fournisseurs américains et de la CEE en sont exempts.

3. Jordanie

a. Historique

Le royaume de la Jordanie au Moyen-Orient est entouré à l'ouest d'Israël et de la Mer Morte, au nord de la Syrie, à l'est de l'Iraq, et au sud de l'Arabie Saoudite. Sa superficie est de 96 599 km^2 et sa population compte 3,7 millions d'habitants. Le produit national brut de la Jordanie était en 1985 de 7,0 milliards de dollars, et le revenu moyen par habitant était de 2 310 $.

Environ 5% de la terre est utilisée à des fins agricoles, et environ 10% de la main-d'oeuvre est employée dans ce secteur. Plus de 21% de celle-ci travaille dans une industrie où tous les produits principaux sont à base de ressources.

b. Niveau des importations

D'après les statistiques des Nations Unies, la Jordanie n'importe pas des quantités importantes de tourbe. La demande augmente toutefois. En 1981 la Jordanie n'a importé que 3 800 balles de tourbe mais, en 1985, ses importations totales avaient presque atteint les 43 500 balles, soit un taux de croissance annuel moyen de près de 84%.

Les importateurs locaux sont cependant d'avis que les volumes de tourbe importés sont peut-être considérablement plus élevés. Des données locales indiquent que les importations de tourbe sont d'environ 3 500 sacs, réparties en sacs de 10 pi^3 (300 litres) et 3 pi^3 (80 litres). On ne dispose d'aucune information sur le type de tourbe importée.

La tourbe importée en Jordanie provient principalement des Pays-Bas, de l'Allemagne de l'Ouest, de la Finlande, du

Danemark et de l'Irlande qui comptent ensemble pour 90% des importations. Aucun exportateur ne semble fournir plus de 25% du marché.

c. Principaux usages de la tourbe

La tourbe importée en Jordanie sert principalement d'ingrédient de milieu de croissance en pot, et est surtout utilisée dans les foyers pour les plantes d'intérieur et par les pépinières commerciales.

d. Prix

Le prix d'un sac de 300 litres, d'environ 10 pi^3, est approximativement de 16,20 $ à 17,55 $, rendu en Jordanie. Les sacs de 80 litres, d'environ 3 pi^3, se vendent entre 9,80 $ et 11,20, rendus en Jordanie.

e. Principaux importateurs et contacts

Voici la liste des principaux importateurs de tourbe, qui ont la faveur de l'ambassade du Canada:

Munir Sukhtian Company
C.P. 1027
Amman, Jordanie
Télex: 21316
Personne à contacter: Nidal Sukhtian (directeur général)

Eastern Company
C.P. 131
Amman, Jordanie
Télex: 21521 Marto Jo
Personne à contacter: Souheil Y Marto
Direction de la division agricole

Agricultural Materials Company Limited
C.P. 431
Amman, Jordanie
Télex: 21425 Agmat Jo
Personne à contacter: Mustafa Miqdadi (directeur général)

f. **Contraintes relatives à la pénétration du marché**

D'après les sources locales, il ne devrait y avoir aucun obstacle à la pénétration du marché de la tourbe en Jordanie en autant que les prix sont concurrentiels par rapport à ceux des fournisseurs européens. Tout fournisseur potentiel de tourbe devrait en outre faire l'effort de se rendre en Jordanie afin d'établir un contact direct avec les principaux importateurs.

4. Arabie Saoudite

a. Historique

L'Arabie Saoudite est l'un des principaux pays du Moyen-Orient en termes d'influence et de richesses. Il a connu certains redressements économiques importants au cours des dernières années en raison du déclin des prix du pétrole. Les objectifs du gouvernement sont de diversifier l'économie et de réduire sa dépendance sur le pétrole. Le secteur privé n'est pas fort en Arabie Saoudite; il compte pour seulement 20% du PNB, dont la moitié est liée aux revenus du pétrole.

La population de l'Arabie Saoudite dépasse les 14 millions et croît au taux annuel de 5%. Près de la moitié de la main-d'oeuvre travaille dans le secteur agricole; cependant, moins de 30% de la population vit en milieu rural. Le PNB par habitant est de 14 742 $.

b. Niveau des importations

D'après les statistiques commerciales des Nations Unies, les importations de tourbe de l'Arabie Saoudite ont augmenté à un taux annuel moyen de 25% entre 1981 et 1985. Les volumes d'importation réels sont passés de 240 700 balles en 1981 à 587 000 balles en 1985.

Les sources locales évaluent le marché à approximativement un million de balles, soit environ le double des statistiques commerciales des Nations Unies. Nous estimons donc que le marché est d'environ 600 000 balles et à la hausse.

Les principaux fournisseurs de tourbe à l'Arabie Saoudite sont l'Allemagne de l'Ouest, plus de 400 000 balles, les Pays-Bas, plus de 22 000 balles, et plusieurs pays dont les expéditions sont inférieures à 2 500 balles, notamment la Finlande, l'URSS et le Canada.

c. Principaux usages de la tourbe

L'Arabie Saoudite se sert de la tourbe en tant qu'additif pour le sol dans ses activités de jardinage paysagiste. On l'utilise en outre dans la préparation de mélanges de sol pour les champs et la production de légumes en serre de même que pour les plantes en pots.

d. Prix

Le prix de la tourbe est de 15,00 $ par balle de 14 pi^3 (400 litres), rendue à Jeddah en Arabie Saoudite.

e. Principaux importateurs et contacts

Voici la liste des principaux importateurs de tourbe, qui ont la faveur de l'ambassade du Canada:

Province de l'est

Saudi Green Nurseries Co. Ltd.
C.P. 2849
Damman 31461, Arabie Saoudite
Téléphone: (03) 850-2532 ou 0468
Télex: 897035, SGreen SJ

Province du centre

Abdul Rahman Khalij Est.
C.P. 20073
Riyadh, 11455, Arabie Saoudite
Téléphone: (01) 406-7860
Télex: 405016 Mayada SJ
FAX: (01) 406-8282

Province de l'ouest

Bahra Development Co. Ltd.
C.P. 3595
Jeddah 21481, Arabie Saoudite
Téléphone: (02) 665-2067 ou 1332
Télex: 60-3285 Jaber SJ
FAX: (02) 660-8709

f. Contraintes relatives à la pénétration du marché

Le prix constitue le facteur clé des ventes de tourbe à l'Arabie Saoudite. Les fournisseurs canadiens doivent livrer de la tourbe à des prix concurrentiels aux fournisseurs européens. Par exemple, la tourbe de l'Allemagne de l'Ouest se vend entre 5,00 $ et 5,30 $, FAB port de Hambourg et ses frais de transport sont beaucoup plus faibles que ceux des producteurs canadiens. Nous conseillons aux représentants canadiens de se rendre en Arabie Saoudite afin d'établir un contact direct avec les principaux importateurs.

En résumé, le Moyen-Orient est approvisionné par les pays d'Europe qui ont bien commercialisé leur produit dans ce marché. Le fait qu'ils soient à proximité du Moyen-Orient leur donne un avantage certain en fait de frais de transport par rapport aux producteurs canadiens.

Comme il a cependant déjà été mentionné, les producteurs de tourbe de l'Europe de l'Ouest subissent une pression de plus en plus forte en vue de réduire leur production et de ne pas exploiter de nouvelles tourbières. Si cela devait entraîner un ralentissement de la

croissance de la production de tourbe en Europe, il est possible qu'un jour les producteurs européens ne parviennent plus à approvisionner leurs propres marchés national et d'exportation. Des occasions d'affaires dans les marchés du Moyen-Orient pourront être créées au fur et à mesure que les producteurs européens réduiront leurs exportations vers ces pays afin de répondre à la demande nationale.

c. PAYS DU PACIFIQUE

1. Japon

a. Historique

Le Japon est le deuxième marché de tourbe pour le Canada et l'un des plus recherchés parmi les pays du Pacifique pour un certain nombre de produits, dont la tourbe canadienne. Bien que l'économie du Japon ait connu un certain recul récemment, son PNB par habitant de 14 207 $ indique un niveau de vie élevé. Sa monnaie s'est appréciée de 40% vis-à-vis du dollar US entraînant la chute des exportations et un ralentissement de la croissance du PNB. Les Japonais ont cependant effectué des changements positifs en décidant de favoriser la croissance par l'entremise des ressources nationales plutôt que les exportations. Ce redressement accélérera la transition du Japon d'une économie basée sur le secteur manufacturier à une économie reposant davantage sur les services.

b. Niveau des importations

Les importations de tourbe au Japon ont plus que doublé depuis 1980, elles étaient de 916 400 balles par année en 1986, dont 90% provenaient du Canada. L'autre 10% des importations provenaient de 10 autres pays dont l'URSS, la Chine, Taïwan, la Nouvelle-Zélande et les pays de l'Europe de l'Ouest. L'importateur le plus important de ce groupe est l'URSS, qui représente 5% des importations totales.

Bien que les importateurs ne voient pas de différence de qualité entre la tourbe du Canada et celle des pays scandinaves, ils semblent préférer faire des affaires avec les producteurs canadiens. Le Canada est considéré comme le vendeur le plus dynamique et un fournisseur fiable et digne de confiance. Ces dernières qualités sont d'une importance primordiale pour les importateurs. L'URSS était, il y a dix ans, un compétiteur menaçant, malheureusement pour ce pays, sa tourbe et ses services étaient de mauvaise qualité et les Russes de mauvais hommes d'affaires. Un importateur déclara ne pas vouloir acheter de tourbe de l'URSS à cause de mauvaises expériences antérieures.

Il y a trois catégories de tourbe: fine, moyenne et grossière, sans autres spécifications. L'emballage est toutefois très important, les acheteurs sont en effet fidèles et les ventes de tourbe reposent sur les caractéristiques des catégories et la qualité de la marque. Les propriétaires de maison préfèrent les petites balles de 2 pi^3 et les entreprises achètent surtout des balles de 6 pi^3.

Les distributeurs pensent que le marché japonais de la tourbe a connu une évolution lente, et ils s'attendent à ce qu'il prenne de l'ampleur dans l'avenir. Un distributeur estima que le marché atteindra dix fois sa taille actuelle. Cette croissance dépendra de trois grands usagers finaux (les cultivateurs amateurs, les producteurs commerciaux et les entrepreneurs de construction d'autoroutes). Les paragraphes suivants portent sur ces derniers.

c. Principaux usages de la tourbe

La tourbe est principalement utilisée au Japon en tant que conditionneur de sol pour la culture et la construction afin de favoriser la croissance de la végétation sur les remblais. Le conditionnement du sol compte généralement pour 60% du

marché, et les usages dans la construction représentent l'autre portion de 40%. Cependant, ces usages passeront de 50% à 60% du marché au cours des deux prochaines années en raison des nombreux projets de construction en cours.

Les conditionneurs de sol sont utilisés dans la culture de loisir, la production commerciale, les pépinières et les terrains de golf. Les producteurs agricoles du Japon sont très prudents et cela joue un rôle dans le développement lent du marché de la tourbe en dépit de la pauvreté du sol du pays.

Les agriculteurs utilisent les engrais chimiques de façon intensive à l'heure actuelle afin d'améliorer la productivité de leurs exploitations. Il y a des années que ces agriculteurs utilisent les mêmes produits chimiques et ils hésitent à changer.

Cependant, plusieurs facteurs laissent croire à un recul des produits chimiques. D'abord l'efficacité des engrais chimiques est remise en question. Ensuite, on commence à s'inquiéter des effets de l'utilisation d'une telle quantité de produits chimiques sur la santé. Résultat: un bon nombre de supermarchés ont maintenant une section d'aliments naturels et l'industrie de l'alimentation prévoit une forte tendance dans cette direction.

Les compagnies importatrices vendent aux coopératives agricoles qui à leur tour vendent aux producteurs agricoles individuels ou à un groupe d'achat soutenu par ces derniers.

Ces coopératives sont très bien organisées. Une association a mené une panoplie de tests sur la tourbe et les résultats ont été positifs. Elle n'a cependant ni promu ni découragé son usage. Elle laisse aux membres individuels et aux

groupes d'achat la responsabilité de développer une demande «de passage» à la tourbe. Cela a donné naissance à une demande élevée de tourbe dans certaines régions du Japon. Ces coopératives réemballent la tourbe dans des sacs de 2 pi^3 et 4 pi^3 en vue de ventes aux producteurs agricoles.

Les cultivateurs amateurs représentent aussi un secteur important du marché de la tourbe. On prévoit un accroissement rapide de ce secteur dans les années à venir, entraîné par une population vieillissante et l'augmentation des revenus dont elle dispose. Le jardinage a toujours été une activité populaire au Japon et la tourbe est considérée comme un moyen efficace d'améliorer la qualité des jardins.

Le système de distribution à mettre en place afin d'atteindre les cultivateurs amateurs est complexe et probablement inévitable. L'importateur vend au grossiste qui réemballe la tourbe lui-même ou qui en donne le contrat à un sous-traitant et vend la tourbe réemballée au distributeur. Ce dernier la vend directement aux points de vente au détail et fait appel à un courtier pour desservir les plus petits magasins. Le cultivateur amateur achète au point de vente au détail et le format préféré est celui de 2 kg ou d'environ 1 pi^3.

La tourbe dans le secteur de la <u>construction</u> est principalement employée pour renforcer les remblais. La tourbe est mélangée à d'autres produits (eau, graines, engrais, vermiculite, perlite), suivant les besoins de la région et elle est pulvérisée sur les remblais. On pulvérise ce mélange en bordure des autoroutes et des aéroports devant être flanqués d'une bande de verdure, d'un côté et de l'autre, de six à sept fois la taille de la piste.

On devra choisir avec soin la tourbe utilisée à cet effet afin de s'assurer que ses fibres sont d'une longueur moyenne. Si elles sont trop longues, elles boucheront le bec du pistolet à pulvérisation et si elles sont trop courtes, la tourbe sera transformée en poussière et les résultats seront médiocres.

La National Highway Association (Association des autoroutes nationales), qui compte sur ses propres entrepreneurs, achète la tourbe à des fins de construction auprès des importateurs. Elle est expédiée de l'importateur au site de construction où elle est mélangée aux additifs avant d'être pulvérisée.

Une contrainte relative au marché de la construction est que le site doit être situé près d'un port important. Les frais du transport terrestre de la tourbe restreignent son usage dans les endroits éloignés d'un port. Voici les principaux projets pour les années à venir:

- le projet de l'autoroute Tokyo/Amori,
- le projet de l'autoroute Oita/Nagasaki,
- le projet de la ligne côtière Hiroshima, et
- l'aéroport Kansai.

Le prix que reçoivent les producteurs du Nouveau-Brunswick est celui versé par l'importateur. Au moment où le produit arrive à l'usager final, la tourbe a fait l'objet de majorations élevées en raison de la complexité des systèmes de distribution japonais à intermédiaires multiples. Les producteurs n'obtiennent toutefois aucune part dans ces majorations et les importateurs sont très sensibles au prix payé.

Selon un importateur, les producteurs de tourbe déclarent qu'il est possible d'obtenir trois qualités de tourbe. Il achète cependant habituellement le produit le moins cher et est satisfait de sa qualité.

Notre plus récente information obtenue sur le prix portait sur un conteneur de tourbe finlandaise achetée au milieu de 1987 au prix de 4 800 $ US C.A.F. (coût, assurance et fret exigés au complet) Yokohama. Ce prix se traduit en dollars canadiens à 18,00 $ par balle (373 balles par conteneur), prix rendu au Japon. Afin d'être en mesure d'offrir ce prix, la compagnie finlandaise expédia la tourbe par transport ferroviaire à travers l'URSS. Le délai de livraison fut d'environ deux mois, mais cela n'a pas semblé déranger l'importateur. D'autres importateurs déclarèrent que la mauvaise qualité du système ferroviaire soviétique et le potentiel élevé de dommages rendent cette méthode indésirable.

e. Principaux importateurs et contacts

Voici la liste des principaux importateurs de tourbe au Japon:

Samsei Bussan Co. Ltd.
c/o Mitsui Annex
3-3-7 Nihonbashi Muronmachi
Chuo-ku, Tokyo 103
Téléphone: 270-5722
Personne à contacter: M. K. Kondo, directeur
Section du commerce international
Télex: 02223057

T. Kakiuchi & Co. Ltd.
1-9 Nihonbashi Honcho
Chuo-ku, Tokyo
Téléphone: 270-8311
Personne à contacter: M. T. Iwabuchi
Service des achats
Télex: J24583 KAKIUCHI

Kawasho Corporation
a/s World Trade Centre Bldg.
2-4-1 Hamamatsu-cho
Minato-ku, Tokyo
Téléphone: 435-3386
Personne à contacter: M. M. Tsukamoto
Tokyo Chemical Group
Télex: J24277

Iwatani & Co. Ltd.
2-7-1 Haccobori
Chuo-ku, Tokyo 104
Téléphone: 555-5833
Personne à contacter: M. H. Isotake
Télex: J5222060

Benidai Trading Co. Ltd.
a/s Kurihara Bldg.
3-2-12 Uchikanda
Chiyoda-ku, Tokyo 101
Téléphone: 256-0551
Vice-président exécutif
Télex: 2223919 BENDA J

Honzawa Co. Ltd.
a/s Moritomo Bldg.
16-21 Nihonbashi Koami-cho
Chuo-ku, Tokyo 103
Téléphone: 664-6331
Personne à contacter: M. S. Suzuki, directeur
Service du commerce extérieur
Télex: 02522801 HOZACO

Watahan International Co. Ltd.
1-4 Yotsuya
Shinjuku-ku, Tokyo 160
Téléphone: 358-6085
Personne à contacter: M. Y. Nohara, administrateur délégué
Télex: 2322069 WATHAN J

Fukoka Yuhan Co. Ltd.
3-9 Aratsu 2-chome
Chuo-ku, Fukuoka City 810
Téléphone: 092-712-4121
Personne à contacter: M. Makagaki, directeur
Section du commerce extérieur
Télex: 725393 FYCFUK J

Mitsukura Boeki Kaisha Ltd.
Kobe Port C.P. 137, Kobe
Téléphone:
Personne à contacter: M. M. Yamasato
Service des ventes
Télex: 5622973 KDAN J

General Co. Ltd.
Tanaka Tamuracho Bldg.
12-15 Shibbashi 2-chome
Minato-ku, Tokyo 105
Téléphone: 504-1451
Personne à contacter: M. Kubo, service des ventes
Télex: 02225502 GENETO J

Mitsui & Co. Ltd.
2-1 Ohtemachi 1-chome
Chiyoda-ku, Tokyo
Téléphone: 285-5454
Personne à contacter: M. K. Kamashita
Directeur général, Second service
d'importation, Division des engrais
Télex: J22253

Nichimen Co. Ltd.
1-9 Dojimahama 2-chome
Kitas-ku, Osaka 530
Téléphone: 06-347-5111
Télex: J63221 NICHIA

Yamamoto Co. Ltd.
Okayama City
Téléphone:
FAX: 0862 79-5228
Personne à contacter: M. Horikawa
Service de l'équipement industriel et des matériaux

Showa Boeki Co. Ltd.
18-27 Edobori 1-chome
Nishi-ku, Osaka 550
Téléphone: 06-441-3333
Télex: J63915 SUENOSHO

f. Contraintes relatives à la pénétration du marché

Il semble n'y avoir aucune barrière tarifaire ou autre sur l'exportation canadienne de la tourbe au Japon. La pénétration du marché pour les producteurs canadiens n'est donc limitée que par la concurrence.

2. Australie

a. Historique

L'Australie constitue l'un des marchés les plus éloignés du Canada, en particulier pour les provinces de l'Atlantique, mais c'est un marché important et croissant pour bien des marchandises ce qui permet donc de surmonter les nombreux d'inconvénients causés par la distance. La population de l'Australie compte environ 15,9 millions d'habitants et on

prévoit qu'elle continuera de croître de plus de 1% par année d'ici la fin du siècle. En 1985, le PNB annuel par habitant était de 16 436 $. On s'attend qu'en 1987 le taux de croissance économique actuel de l'Australie se maintienne à environ 3,5%.

b. Niveau des importations de tourbe

Suivant les statistiques des Nations Unies, les importations de tourbe de l'Australie, situées entre 176 900 et 226 200 balles, étaient assez constantes de 1981 à 1985. Les statistiques fournies par la délégation commerciale canadienne à Sydney indiquent des importations totales significativement plus élevées.

Puisque l'Australie n'a pas de dépôts naturels de tourbe, le niveau de ses importations reflète l'importance du marché total. Les mousses de sphaignes comptent pour la presque totalité des importations de tourbe. Les principaux fournisseurs de tourbe à l'Australie sont la Nouvelle-Zélande et l'Allemagne de l'Ouest, qui comptent respectivement pour 62% et 28,5% des importations totales.

Le niveau actuel du marché de la Nouvelle-Zélande représente une croissance de 11,3% des exportations à l'Australie de 3 770 balles en 1982. Sa position s'est raffermie aux dépens de l'Allemagne de l'Ouest. En 1982, l'Allemagne de l'Ouest détenait plus de 82% du marché. Le reste des importations de tourbe de l'Australie provenait d'un certain nombre de pays, dont l'Irlande, les Pays-Bas, les États-Unis et le Canada.

L'évolution de la dépendance de l'Australie sur son fournisseur principal de tourbe, la Nouvelle-Zélande, est fondée sur la proximité géographique, puisque les frais d'expédition sont plus faibles que ceux de tout autre pays. L'Allemagne de l'Ouest n'est pas avantagée en termes de

situation géographique mais elle a dû, en tant que plus important exportateur de tourbe dans le monde, faire preuve de dynamisme pour aller chercher ses marchés.

c. Principaux usages de la tourbe

En Australie, les principaux utilisateurs de tourbe sont les producteurs de champignons. Ils représentent en effet 80% du marché. Ce groupe a traditionnellement indiqué sa préférence pour la tourbe allemande.

d. Prix

La tourbe allemande se vend actuellement entre 21,50 $ et 22,50 $ par balle de 6 pi^3, coût rendu à Sydney. Le prix, FAB Allemagne, est évalué de 7,95 $ à 8,50 $ par balle de 6 pi^3; les frais de transport représentent donc 63% du prix total.

e. Principaux importateurs et contacts

Voici la liste des principaux importateurs de tourbe en Australie qui ont la faveur de l'ambassade du Canada à Sydney:

James McManus, King Wyatt & Co.
Attention: King Wyatt
Téléphone: 61.2.273033
Télex: AA75918
FAX: 61.2.2332952

N.G. Williams and Co.
Attention: Norm Williams
Téléphone: 61.2.7643925
Télex: AA21249

Laporte JSW Pty Ltd.
Attention: Phillip Whyte
Télex: AA22009
FAX: 61.2.8754468

Primac JHW
Attention: John Hay
Téléphone: 61.66.721866
Télex: AA166142
FAX: 61.66.724212

f. Contraintes

Les importations de tourbe doivent répondre aux critères suivants:

- extraite en profondeur
- exempte d'impuretés et de contaminants, et
- dérivée d'une région cultivée et exempte de plantes vivantes et de troupeaux en pâturage.

Les importations de tourbe sont en outre assujetties aux inspections et à la mise en quarantaine au port d'entrée.

D. RÉSUMÉ

En résumé, les principaux importateurs de tourbe semblent être des pays relativement bien développés disposant d'un secteur agricole important ou d'un vaste marché de consommateurs à forts revenus. Le secteur agricole paraît être le consommateur principal de tourbe. Dans les pays industrialisés, les consommateurs représentent également un secteur important du marché.

Les importateurs de tourbe sont des acheteurs sensibles au prix. Il savent qu'ils peuvent s'approvisionner auprès de plusieurs fournisseurs, dont le Canada, l'Irlande, l'Allemagne de l'Ouest et les Pays-Bas. Par exemple, un importateur du Japon déclare avoir refusé une offre initiale

de prix FAB Finlande. La compagnie finlandaise lui proposa alors un prix C.A.F. Japon et obtint la commande. Afin d'abaisser le prix à l'importateur du Japon la tourbe fut livrée au Japon par voie ferroviaire transsibérienne.

Nous n'avons pu obtenir de détails sur les marchés de tourbe de la Chine, du Maroc, de l'Algérie et de l'Afrique du Sud auprès des bureaux de Coopers & Lybrand ou ceux des consulats canadiens.

Les marchés de la tourbe dans chacun de ces pays semblent cependant, à l'exception du Maroc, d'importance relativement faible. Les statistiques des Nations Unies indiquent les importations suivantes de tourbe en 1985:

- Maroc, 200 000 balles (165 000 de l'Allemagne de l'Ouest),
- Algérie, moins de 400 balles, et
- Afrique du Sud, 15 600 balles (9 000 du Canada).

VII. L'INDUSTRIE DE LA TOURBE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

Ce chapitre examinera en détail l'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick. Il traite de la position de l'industrie au Canada, en trace le profil et se termine par une analyse de sa capacité d'accroître sa production. Notre analyse repose sur les données de Statistique Canada et notre enquête sur les producteurs du Nouveau-Brunswick. Le détail de l'enquête figure dans l'annexe VII.

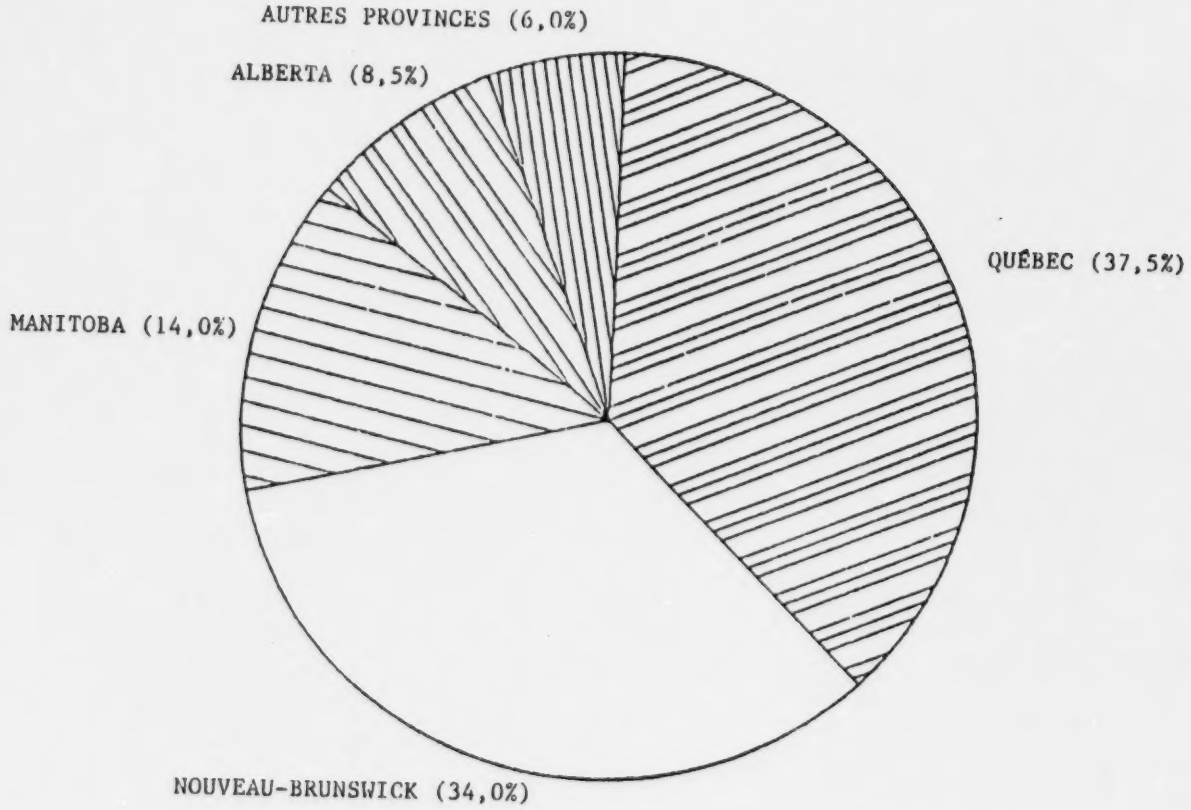
A. INTRODUCTION

Au Canada, la province du Nouveau-Brunswick est un des principaux producteurs de tourbe, ses activités remontent au début des années quarante. Au cours des années soixante et soixante-dix, Fisons Western et Fafard, deux gros producteurs, ont agrandi leurs activités au Nouveau-Brunswick et d'autres compagnies furent mises sur pied, entraînant l'ouverture de tourbières supplémentaires.

L'arrivée de la technologie d'«extraction par aspirateur» et de l'emballage plastique dans l'industrie de la tourbe à la fin des années soixante eut deux effets positifs importants:

TABLEAU 44

PRODUCTION CANADIENNE DE TOURBE PAR PROVINCE



SOURCE: Canadian Minerals Yearbook, 1985

- la productivité s'accrût substantiellement et les frais de production chutèrent de jusqu'à 50%.

- l'acceptation du produit par le secteur du détail et les consommateurs s'accrût grâce à l'emballage plastique coloré qui augmenta l'impact du lieu de vente.

B. QUÉBEC: LE PLUS IMPORTANT CONCURRENT DU NOUVEAU-BRUNSWICK AU CANADA

Le Québec et le Nouveau-Brunswick sont en tête de la production de tourbe au Canada. Ensemble, ils produisent 70% du volume annuel. Le Manitoba est la province productrice suivante, avec 14% de la production totale, suivie de l'Alberta, avec 9% du marché, et des autres provinces qui comptent pour 5%. Le tableau 44 ci-contre illustre la production de tourbe au Canada par province.

La part de marché du Nouveau-Brunswick de la production canadienne augmente, comme l'indique le tableau 45 au verso. De 1980 à 1985, la portion de production canadienne du Nouveau-Brunswick passa de 25% à 34% car sa production de 3,6 millions de balles passa à 5,8 millions de balles. Au cours de la même période:

- La portion québécoise de la production totale canadienne tomba de 44% à 38%, en dépit d'une augmentation de la production réelle de 6,3 millions à 6,4 millions de balles.

- La part du marché du Manitoba passa de 9% à 14%.

- La part de l'Alberta chuta légèrement de 10% à 9%.

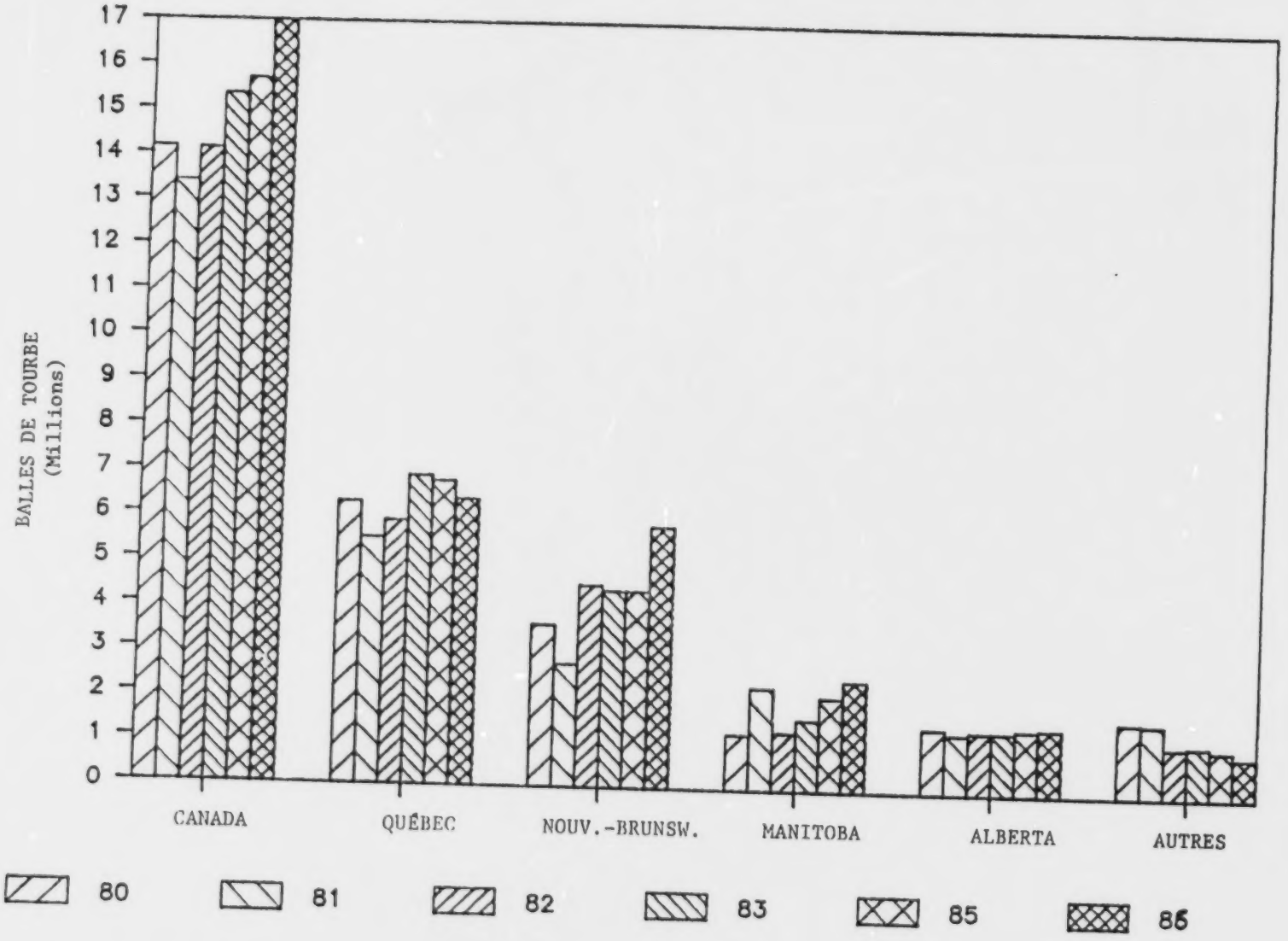
- La part des autres provinces passa de 11% à 5%.

On devrait noter que l'année 1985 fut une mauvaise année de production pour le Québec, en effet cette province connut une baisse de 6,8 millions et 6,9 millions de balles respectivement en

TABLEAU 45

PRODUCTION DE TOURBE

AU CANADA



1984 et 1983 à 6,4 millions de balles. Pendant notre enquête, les producteurs du Nouveau-Brunswick indiquèrent que la production plus faible du Québec leur permit de mettre en marché leur excédent de production.

Les données de Statistique Canada tiennent également compte de la valeur des chargements. Ces données montrent que l'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick et du Québec, ne reçoivent pas la part de valeur de leur production par rapport à la quantité produite. Bien que ces provinces comptent pour environ 72% du volume, leurs chargements ne représentent que 64% de la valeur totale des chargements canadiens de tourbe. Dans l'Ouest, les chargements du Manitoba et de l'Alberta ont une valeur plus élevée que prévue. Bien que ces provinces ne produisent que 23% du volume, ils comptent pour 38% de la valeur des chargements totaux. Le tableau 46 au verso compare le volume des chargements à leur valeur.

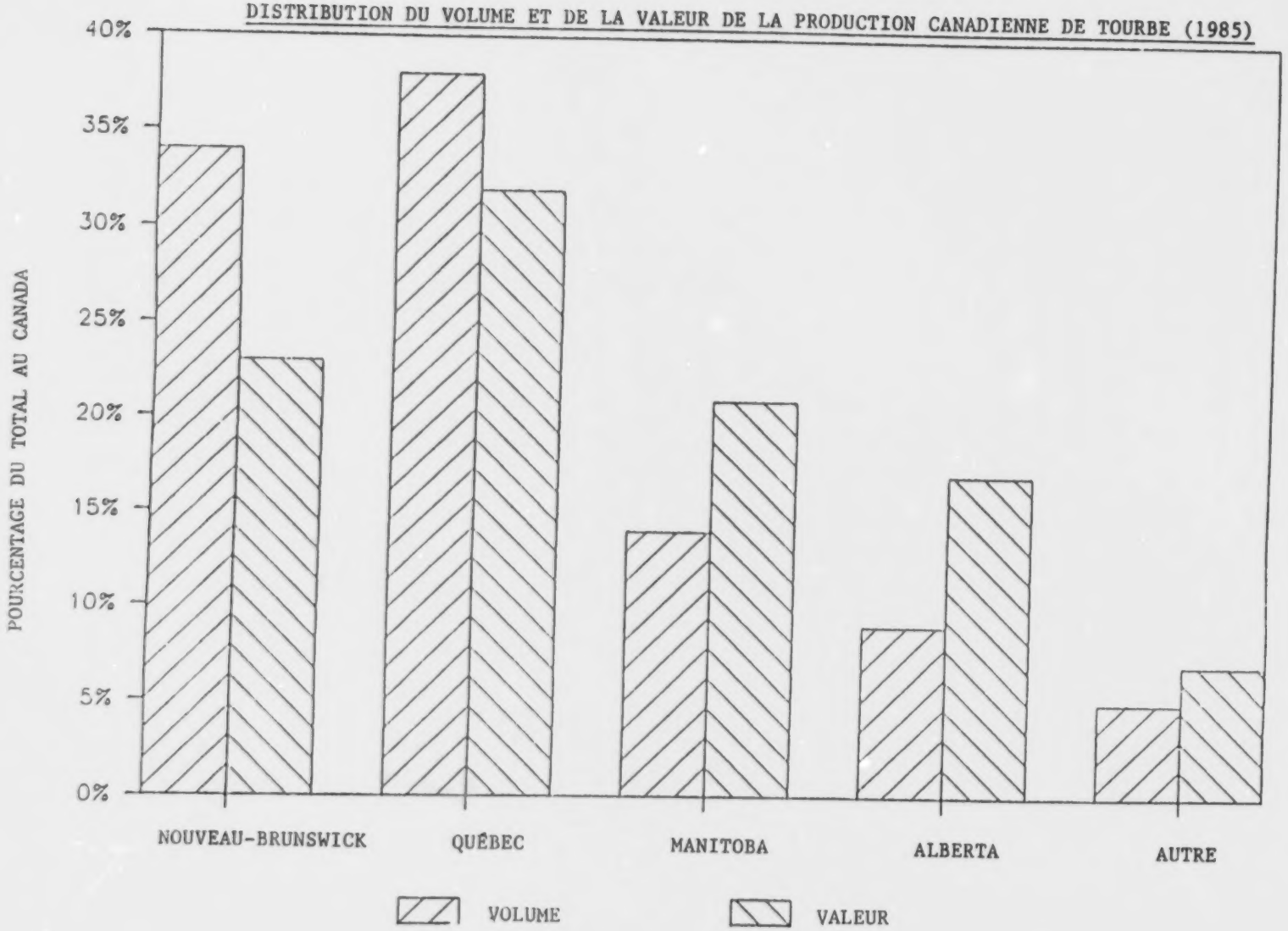
De plus, les prix réels des producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick n'ont pas augmenté de manière substantielle depuis 1973. L'étude de marché de Kates, Peat, Marvick & Co. terminée en 1973 révèle que le prix d'une balle était de 1,90 $, sac inclus, FAB l'usine. Notre toute dernière enquête indique que les prix actuels vont de 3,45 $ à 4,70 $ pour un même sac, à un prix moyen de 3,90 $. En réalité, le prix de la tourbe en 1986 aurait dû être de 5,70 $, compte tenu de l'inflation, pour que les producteurs reçoivent l'équivalent en argent de leurs produits.

Le tableau 47 au verso porte sur les écarts de prix et le prix moyen de la tourbe, comme l'indique notre enquête sur les producteurs du Nouveau-Brunswick. La qualité de la tourbe de l'Alberta et du Manitoba est à peine supérieure à celle des tourbières du Nouveau-Brunswick et du Québec. On ne peut donc pas attribuer cette divergence de prix aux différences de qualité.

D'après les distributeurs, il est possible que les forces du marché comptent pour les différences du prix. La tourbe est un produit commercial.

TABLEAU 46

DISTRIBUTION DU VOLUME ET DE LA VALEUR DE LA PRODUCTION CANADIENNE DE TOURBE (1985)



SOURCE: Canadian Minerals Yearbook, 1985

TABLEAU 47

PRIX DE LA TOURBE EN 1986

Emballage		PRIX, DOLLARS CANADIENS FAB USINE			
		SAC INCLUS		SAC NON INCLUS	
		Écart	Moyenne	Écart	Moyenne
1	Pied cube	1,13 $-1,75	1,40 $	0,85 $-0,90	0,87 $
1,5	Pied cube (Bloc)	1,50 $	1,50 $	-	-
2	Pieds cubes	1,70 $-1,90	1,85 $	-	-
3	Pieds cubes	1,90 $-2,50	2,20 $	1,20 $-1,25	1,23 $
4	Pieds cubes	2,15 $-3,26	2,70 $	1,60 $-1,90	1,80 $
5	Pieds cubes	2,85 $-3,55	3,20 $	-	-
6	Pieds cubes	3,45 $-4,70	3,90 $	2,50 $-2,90	2,65 $
6	Pieds cubes (Bloc)	4,45 $-5,10	4,75 $	-	-

SOURCE: CLCG Enquête portant sur les producteurs du Nouveau-Brunswick

Les producteurs du Québec et du Nouveau-Brunswick fournissent une part de leur marché beaucoup plus importante que les provinces de l'Ouest. Bien que la demande de tourbe soit plus élevée dans l'est, les approvisionnements importants ont tendance à augmenter la compétition et à réduire les prix du marché. De plus, les principaux états américains producteurs de tourbe sont situés dans des marchés desservis par les provinces de l'Est. La concurrence est donc plus intense, et les prix entraînés vers le bas.

C. CAPACITÉ DE PRODUCTION DE L'INDUSTRIE DE LA TOURBE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

Notre analyse indique que l'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick n'exploite que 85% à 90% de sa capacité de production, basée sur une production de trente jours. Des discussions avec les représentants du gouvernement du Nouveau-Brunswick permirent d'identifier les facteurs suivants en tant que variables importantes dans l'estimation de la capacité de production de cette industrie:

- aire de production
- nombre d'aspirateurs, et
- nombre de jours de production.

Des sources de l'industrie confirmèrent que ces éléments sont les facteurs déterminants de la production. Elles déclarent que les installations d'ensachage, un autre point de congestion potentielle, ne sont généralement pas un problème. L'équipement d'ensachage peut fonctionner douze heures par jour, au besoin, et les conditions atmosphériques ne limitent pas le nombre de jours d'opération.

Parmi les facteurs restrictifs, le nombre de jours de production est la variable clé. On compte en moyenne 30 jours d'extraction par année. Afin de calculer les limites de production de l'industrie, basées sur le nombre de jours d'opération et la capacité des aspirateurs, nous avons effectué cette analyse:

- 169 machines à balai simple[1] x 2 500 pi³ par heure[2] x 8 heures = 3 380 000 pi³.

- 5 machines à double balai [1] x 6 000 pi³ par heure[2] x 8 heures = 240 000 pi³.

Les calculs précédents indiquent que l'industrie peut théoriquement extraire environ 3,62 millions de pi³, ou 301 667 balles, par jour. D'après l'analyse ci-dessus, l'industrie du Nouveau-Brunswick pourrait récolter toute sa production 1985 d'environ 5,8 millions de balles en environ vingt jours. Il s'agit toutefois de calculs théoriques supposant des conditions idéales. La production actuelle sera plus faible et résultera des facteurs suivants:

- La tourbe ramassée par les aspirateurs contiendra un certain volume d'air et, par conséquent, il faudra plus de 12 pieds cubes de tourbe pour faire une balle.

- Le contenu en humidité de la tourbe.

- La forme et l'importance de la tourbière.

- Le temps nécessaire au transport de l'aspirateur plein à l'aire d'entreposage et à son déchargement.

- Temps mort pour les réparations des aspirateurs.

---

[1] Le nombre et les types d'aspirateurs sont tirés de notre enquête auprès des producteurs du Nouveau-Brunswick.

[2] La capacité de production des aspirateurs repose sur des discussions avec un agent d'information de Les Équipements Tardif Inc., un producteur et distributeur d'aspirateurs du Québec.

Deux autres méthodes furent également utilisées par l'industrie pour évaluer la capacité de production. Les sources de l'industrie indiquent d'abord qu'une machine à balai simple peut extraire environ 125 balles l'heure et une machine à balai double, en moyenne 300 balles l'heure. D'après le nombre actuel d'aspirateurs, et une journée de travail de huit heures, l'industrie du Nouveau-Brunswick pourrait extraire 5,4 millions de balles en environ trente-deux jours.

On peut également évaluer la capacité de production en faisant appel au nombre d'hectares cultivés. Suite à nos discussions avec des représentants du gouvernement du Nouveau-Brunswick, on présume qu'un hectare de tourbière peut produire environ 2 000 balles par année, compte tenu d'une saison moyenne de récolte de 30 jours et de la méthode d'extraction par aspirateur. D'autres méthodes d'extraction, comme la méthode Haku et celle de coupe mécanique en blocs, ont des taux de production plus faibles d'environ 1 200 balles annuellement.

Notre enquête sur les producteurs du Nouveau-Brunswick indique qu'environ 3 650 hectares sont actuellement cultivés. La majeure partie, soit environ 3 350 hectares, produit de la tourbe qui est extraite par des aspirateurs et les 450 hectares qui restent sont récoltés par des méthodes comme celle de la coupe mécanique en blocs et la méthode Haku.

Les producteurs du Nouveau-Brunswick peuvent donc produire environ 6,5 millions de balles de tourbe broyée et 0,5 million de balles de tourbe coupée, soit une production totale d'environ 7 millions de balles.

Ces trois méthodes de calcul de la capacité de l'industrie indiquent que sa capacité réelle se situe entre 5,5 millions et 7 millions de balles. La production actuelle est d'environ 5,8 millions de balles.

Ainsi, il semble que l'industrie du Nouveau-Brunswick a presque atteint sa capacité maximale, compte tenu de l'équipement actuel, de la surface cultivée et d'une période moyenne de récolte d'environ 30 jours.

Les implications d'une production quasi-maximale ont deux facettes. D'abord, si le mauvais temps devait raccourcir la saison de production, les producteurs du Nouveau-Brunswick ne seraient pas en mesure de répondre à la demande des clients actuels et risqueraient de les perdre puisqu'ils iraient s'approvisionner auprès d'autres producteurs de tourbe ou utiliseraient des produits de remplacement.

Ensuite, l'industrie est en mesure de répondre aux augmentations croissantes de la demande mais ne semble pas avoir la capacité de développer de nouveaux marchés importants. Cela pourrait restreindre sa capacité de gagner de nouveaux marchés.

Bref, le Nouveau-Brunswick est une province productrice clé au Canada, devancée seulement par le Québec en fait de production annuelle de tourbe. Notre enquête sur les producteurs du Nouveau-Brunswick indique que l'industrie n'est qu'à 80% à 90% de sa capacité.

Les forces du marché semblent limiter les revenus que tire l'industrie du Nouveau-Brunswick de son produit. Bien que ce dernier soit majoritairement vendu dans les deux plus grandes régions de consommation de tourbe des États-Unis, celles de l'Atlantique et du Centre-Nord, l'industrie du Nouveau-Brunswick doit faire concurrence au Québec et aux plus grands producteurs américains, soit ceux de la Floride et du Michigan.

VIII. CONCLUSIONS

L'objectif du présent chapitre est de résumer nos résultats et d'identifier les marchés méritant de faire l'objet d'un examen approfondi par les producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick. Ces marchés constituent des occasions potentielles de croissance en vue d'assurer le développement de l'industrie. Nous présentons nos conclusions dans l'ordre suivant:

- La position du Canada dans les marchés internationaux.
- Les occasions d'affaires dans le marché nord-américain.
- Les occasions d'affaires dans les marchés étrangers.
- La capacité du Nouveau-Brunswick de profiter de ces occasions.

A. PART DES MARCHÉS INTERNATIONAUX DÉTENUE PAR LE CANADA

La part des marchés internationaux détenue par le Canada a chuté. Le commerce international de la tourbe horticole se conforme au modèle suivant:

- Le commerce international de la tourbe a connu une croissance élevée de 18% et 19% en 1984 et 1985 respectivement, après trois années d'expansion relativement faible.

- Les marchés de plus forte croissance sont les pays de l'Europe de l'Ouest, dont l'Allemagne de l'Ouest, les Pays-Bas, la France et l'Italie, et les États-Unis, le Japon et l'Arabie Saoudite.

- En 1985, les exportations de tourbe du Canada n'atteignirent pas les niveaux élevés du commerce international et la part qu'il détenait passa de 25,7% (1984) à 20,8% (1985). Le Canada reste cependant le deuxième exportateur de tourbe au monde, et a maintenu sa position de chef de file dans ses deux marchés d'exportation principaux: les États-Unis et le Japon.

- Depuis 1981, le marché de l'Europe de l'Ouest n'est plus un marché important pour les producteurs du Canada. En contexte, le marché japonais en 1985 comptait pour environ dix fois la part du marché de l'Europe de l'Ouest détenue par le Canada en 1981.

- L'Allemagne de l'Ouest a doublé ses exportations entre 1981 et 1985, de 14,8 millions à 31,9 millions de balles, et elle est allé chercher près de la moitié du marché mondial de la tourbe. Elle contrôle actuellement le marché de l'Europe de l'Ouest et exporte de la tourbe partout dans le monde. Cependant, même l'Allemagne de l'Ouest a perdu des marchés qui sont passés aux mains de nouveaux producteurs ayant un avantage géographique sur leurs concurrents. Par exemple, la Nouvelle-Zélande a augmenté sa

part du marché australien de 11% en 1981 à plus de 60% en 1985, aux dépens de l'Allemagne de l'Ouest.

En vue de maintenir sa place dans le marché mondial de la tourbe, le Canada, et incidemment le Nouveau-Brunswick, a besoin de trouver de nouveaux marchés afin d'accroître ses exportations de tourbe. Ces nouvelles occasions résident peut-être dans les marchés actuels, comme les États-Unis et le Japon, ou dans certains marchés étrangers à l'extérieur de la CEE.

On analyse dans les sections suivantes les occasions présentes dans le marché nord-américain et les marchés étrangers, respectivement.

B. OCCASIONS D'AFFAIRES DANS LE MARCHÉ NORD-AMÉRICAIN

Le marché nord-américain de la tourbe horticole est plus ou moins arrivé à maturité, et on prévoit qu'il connaîtra une croissance lente. Pourtant, en dépit de celle-ci, son importance absolue repose sur une demande marginale substantielle chaque année. De plus, comme c'est souvent le cas avec les marchés à maturité, le secteur du marché au détail est sous-développé.

Les États-Unis comptent pour environ 95% de la consommation de tourbe en Amérique du Nord, et on s'attend à ce que leur demande augmente de 2% à 3,5% annuellement d'ici 1990. Suivant les présents niveaux de demande aux États-Unis, la demande marginale de tourbe sera de 750 000 balles à 1,3 million de balles par année.

La demande marginale annuelle prévue aux États-Unis est supérieure à la moitié de la valeur du marché canadien. Nous recommandons donc que les producteurs du Nouveau-Brunswick concentrent leurs efforts sur le marché américain.

Si les importations continuent de compter pour 39% du marché, les producteurs canadiens connaîtront alors une demande supplémentaire de 290 000 à 500 000 balles par année, représentant un marché annuel disponible presque aussi important que celui du Japon.

Plusieurs facteurs de marché rendent cette possibilité intéressante pour les producteurs du Nouveau-Brunswick, notamment:

- On s'attend à ce que la dépendance des États-Unis sur les importations afin de répondre à la demande augmente suite aux pressions environnementales visant à réduire la production. Les sources de l'industrie prévoient la fermeture d'un plus grand nombre de tourbières, ainsi qu'une rationalisation et une concentration encore plus importante dans l'industrie américaine de la tourbe. Il est difficile de prévoir l'effet d'un accroissement de la dépendance des marchés américains sur les importations de tourbe d'une plus grande valeur. Le Canada est toutefois bien placé pour tirer parti de tout accroissement de demande pour la tourbe importée par les États-Unis.

- L'industrie du Nouveau-Brunswick est géographiquement bien situé par rapport à ce marché. Les principaux marchés américains, sur la côte de l'Atlantique et dans les états du Centre-Nord, sont tout près du Nouveau-Brunswick.

- La tourbe du Nouveau-Brunswick est un produit bien connu sur le marché et est renommée pour son excellente qualité.

- Les services de vente et de distribution de l'industrie du Nouveau-Brunswick sont bien établis dans ces régions.

Du côté des inconvénients, les producteurs du Québec partagent les mêmes avantages de commercialisation que ceux du Nouveau-Brunswick et ils sont plus proches de ces marchés. On considère cependant la tourbe du Québec de moins bonne qualité que celle du Nouveau-Brunswick. Une question qui influencera la position concurrentielle de chacune de ces provinces, mais qui n'est pas traitée dans le présent rapport, est la disponibilité des nouvelles tourbières à accès facile et à développement rentable.

Le reste de la présente section examine les occasions particulières offertes aux producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick en Amérique du Nord et indique celles ayant un meilleur potentiel de réussite.

1. Marché des mélanges de sol

D'après les représentants de l'industrie, le taux de croissance annuel pour les mélanges de sol se situe entre 10% et 20%.

L'industrie comprend les producteurs de tourbe qui ont diversifié leurs activités et qui vendent des mélanges de sol à valeur ajoutée, et les entreprises qui ne produisent pas de tourbe et achètent la tourbe dont elles ont besoin. Plusieurs producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick exploitent des usines de mélange au Canada et aux États-Unis.

Bien que ce marché prenne rapidement de l'ampleur, les fournisseurs actuels semblent être en mesure de répondre à une augmentation des ventes. Des entrevues avec les producteurs révèlent que leurs usines ont une capacité de réserve afin de répondre à une demande accrue pour leurs produits.

Il existe en outre plusieurs obstacles à l'entrée de nouveaux fournisseurs sur le marché, notamment:

- Le coût élevé de l'assurance de la responsabilité civile. Selon les participants de l'industrie: «L'assurance de la responsabilité civile est élevée et ce, si vous pouvez l'obtenir.»

- Le besoin de représentants techniques des ventes. L'analyse des besoins des consommateurs afin de recommander le mélange approprié et la capacité d'identifier les problèmes potentiels exigent d'un représentant des ventes qu'il ait d'excellentes connaissances techniques.

- Coûts en capital élevés. La production de mélanges de sol nécessite une usine et un équipement permettant de mesurer et de mélanger parfaitement les ingrédients afin d'assurer un mélange uniforme.

Par conséquent, ce secteur particulier étant un secteur de grande croissance, il ne profitera probablement qu'aux producteurs actuels. Il semble que les petits producteurs du Nouveau-Brunswick qui ne se sont pas encore taillés une place sur le marché n'aient pas vraiment l'occasion d'y pénétrer.

2. Marché des consommateurs

La faible pénétration des foyers (moins de 22% des jardiniers utilisent des amendements de sol) indique qu'il y a moyen de sensibiliser davantage les consommateurs à la tourbe, et par conséquent, d'augmenter la demande.

D'après notre analyse, le marché des consommateurs aux États-Unis est estimé à environ 16 millions de balles par année. La National Gardening Survey révèle qu'en 1987 environ 16 millions de foyers, ou 14% du nombre total, ont acheté de la tourbe. Par conséquent, en moyenne, chaque foyer ayant acheté de la tourbe n'acheta qu'une balle de 6 pi^3. Ainsi, pour chaque augmentation d'un point de pourcentage dans le nombre des foyers acheteurs de tourbe, il existe une demande supplémentaire d'environ 1,2 million de balles.

Deux autres facteurs illustrent davantage l'importance potentielle du marché des consommateurs.

- Bien qu'il n'y ait que 16 millions (14%) des foyers qui aient fait l'achat de tourbe en 1987, plus de 69 millions de foyers prennent part à une forme ou une autre de jardinage.

- La tourbe peut être utilisée dans plusieurs activités de jardinage et les distributeurs interrogés disent que le

consommateur moyen ne connaît pas les avantages liés à l'utilisation de la tourbe. On devrait par conséquent parvenir à une meilleure pénétration du marché.

En résumé, le marché américain des consommateurs de tourbe paraît être sous-développé et constituer une occasion d'affaires pour les producteurs du Nouveau-Brunswick. Cela exigera, évidemment, des efforts substantiels de promotion de la part de l'industrie de la tourbe.

3. Marché des producteurs professionnels

Le marché des producteurs professionnels ne semble pas offrir autant de potentiel pour les producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick que le marché des consommateurs. Cette conclusion repose sur le raisonnement suivant:

- Les producteurs professionnels sont généralement bien informés et des acheteurs avertis de produits tels les engrais, les conditionneurs de sol et les milieux de croissance. Ils connaissent les effets bénéfiques de la tourbe et l'utilisent généralement dans les cas qu'ils jugent nécessaires.

- Les producteurs professionnels sont très sensibles au prix, à la qualité et aux changements de milieux de culture afin de maintenir leurs coûts. Ils se servent généralement de la tourbe pour les plantes hâtives, puisque l'usage de la tourbe permet d'obtenir une différence importante. Ils mélangent en outre la tourbe de sphaignes et celle de roseaux et de carex en vue d'abaisser le coût global de la tourbe et d'obtenir la qualité nécessaire à leur milieu de croissance. Les milieux de croissance à base d'écorce, généralement moins chers que ceux à base de tourbe, sont bien reconnus pour faire pousser les gros plants. Il semble donc que les producteurs de tourbe ne soient pas en mesure de pénétrer davantage ce secteur du marché sans des baisses significatives de prix.

TABLEAU 48

PRINCIPALES STATISTIQUES DES MARCHÉS ÉTRANGERS ÉTUDIÉS

PAYS	Niveau des importations (milliers de balles) 1985	Nombre moyen annuel de balles additionnelles (de 1981 à 1985)	Principaux fournisseurs	Prix actuels estimés ($ CAN/balle)
1. Moyen-Orient:				
Égypte	123	Chute	Irlande, Canada	5,60 $ (FAB lieu d'origine)
Israël	84	14 935	Allemagne de l'Ouest, principaux fournisseurs européens	8,25 $ (rendue)
Jordanie	43	9 980	Pays-Bas, Allemagne de l'Ouest, Finlande, Danemark, Irlande,	9,80 $ (rendue)
Arabie Saoudite	587	86 710	Allemagne de l'Ouest, Finlande	7,50 $ (rendue)
Maroc	202	29 780	Allemagne de l'Ouest	Non disponible
2. Europe:				
Europe de l'Ouest	49 000	4 167 000	Europe de l'Ouest	5,00 $ (FAB lieu d'origine)
France	9 300	1 500 000	Allemagne de l'Ouest, URSS	8,80 $ (rendue)
Grèce	295	47 070	Principaux fournisseurs européens, Canada, URSS	8,50 $ (rendue)
Portugal	86	13 630	Allemagne de l'Ouest, R.-U., Suède	5,50 $ (rendue)
Espagne	1 313	212 740	Allemagne de l'Ouest, R.-U., Finlande	4,20 $ (rendue)
3. Pays du Pacifique:				
Australie	196	4 470	Nouvelle-Zélande, Allemagne de l'Ouest	21,70 $ (rendue)
Japon	916	48 920	Canada	18,00 $ (rendue)
4. États-Unis	12 559	890 938	Canada	3,90 $ (FAB lieu d'origine)

SOURCE: Enquête CLCG sur les marchés d'exportation

- Le secteur des producteurs ne semble pas constituer un marché à forte croissance. Nos statistiques sur ce dernier remontent à 1982, et l'industrie a donné signe de croissance pendant la période de cinq ans allant de 1978 à 1982. Les distributeurs de tourbe déclarent toutefois que les ventes de tourbe aux producteurs professionnels se sont stabilisées, pour les raisons suivantes:

  - L'industrie des pépinières subit les pressions des producteurs étrangers. Résultat: les producteurs deviennent donc plus avertis et ne connaissent pas de croissance de leurs ventes.

  - Un grand nombre de producteurs professionnels ayant acheté de la tourbe en vue de la mélanger à leurs milieux de croissance ferment leurs installations de mélange. Ils trouvent qu'il est plus rentable d'acheter des milieux de croissance prémélangés auprès des producteurs de mélanges de sol. Ces derniers sont en outre prêts à confectionner des mélanges personnalisés répondant aux besoins de producteurs particuliers, dans le cadre de leurs efforts de commercialisation visant à augmenter leurs ventes.

En résumé, le marché des producteurs professionnels de tourbe ne prend pas d'ampleur parce que l'industrie remplace par des milieux de croissance prémélangés les produits qu'elle fabriquait auparavant, et que la concurrence étrangère limite sa croissance. Les usagers professionnels connaissant en outre très bien les avantages de la tourbe, il sera par conséquent difficile d'augmenter la pénétration du produit dans ce secteur.

C. POTENTIEL DES MARCHÉS ÉTRANGERS

Les producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick ont étudié certains marchés présentant des occasions d'affaires. Vous trouverez dans le tableau 48 ci-contre les statistiques principales relatives aux pays

2. Moyen-Orient

On étudia les marchés de la tourbe dans cinq pays du Moyen-Orient. Les occasions potentielles au Moyen-Orient sont étroitement liées à la situation en Europe de l'Ouest. Ces marchés d'exportation seraient probablement les premiers à être abandonnés, si les pays européens n'arrivaient pas à répondre à leur propre demande.

a. L'Arabie Saoudite mérite une étude en profondeur. Le marché de la tourbe est bien établi dans le pays, en effet ses importations s'élevaient à plus de 580 000 balles en 1985. Les importations marginales annuelles atteignaient en moyenne un peu moins de 87 000 pour la période de 1981 à 1985.

Jusqu'en 1984, l'Arabie Saoudite représentait un marché de 29 000 balles pour la tourbe canadienne. Depuis, l'Allemagne de l'Ouest et la Finlande s'en sont emparé. Ce marché est cependant important et à la hausse, et il est possible que les producteurs du Nouveau-Brunswick puissent rétablir les exportations canadiennes à l'Arabie Saoudite.

b. L'Égypte, l'Israël, la Jordanie et le Maroc

Ces quatre pays - l'Égypte, l'Israël, la Jordanie et le Maroc - offrent un potentiel limité pour les producteurs du Nouveau-Brunswick, et mériteraient qu'on s'y arrête mais seulement après avoir bien étudié le marché de l'Arabie Saoudite. Bien que le taux de croissance annuel de leurs importations de tourbe de 1981 à 1985 fût élevé, de 83% pour la Jordanie à 25% pour le Maroc, les marchés individuels sont relativement faibles et estimés à moins de 30 000 balles. Le nombre marginal de balles importées chaque année par chaque pays n'est donc pas important. Au total, les importations de tourbe en 1985 des quatre pays n'excédaient celles de 1984 que de 52 200 balles environ. Cette augmentation est à peine supérieure à celle de la Grèce pour la même période.

L'Arabie Saoudite est donc le marché principal à exploiter au Moyen-Orient.

3. L'Europe de l'Ouest

Le marché de la tourbe horticole en Europe de l'Ouest équivaut à trois fois celui des États-Unis. Le mouvement de la tourbe entre les pays rend toutefois difficile l'évaluation de la consommation de chacun d'eux.

En dépit de sa taille, il est improbable que les producteurs du Nouveau-Brunswick puissent actuellement pénétrer de manière substantielle les principaux marchés européens (CEE) et ce, pour les raisons suivantes. D'abord la tourbe du Canada est plus chère que celle de l'Europe, à cause des frais de transport transatlantique. (Les producteurs européens n'ont pas réussi à pénétrer les marchés de l'Amérique du Nord pour la même raison.)

Un autre facteur est le taux de change entre les pays. La toute récente baisse du dollar canadien vis-à-vis le mark allemand a contribué à réduire les coûts de la tourbe canadienne. Cependant, d'ici à ce qu'il y ait un changement, afin de réduire les frais de transport, du rapport 2:1 entre les coûts de livraison transatlantique et le coût d'une balle de tourbe de 6 pi^3, les producteurs canadiens auront du mal à pénétrer les marchés européens.

Par exemple, le marché européen au potentiel le plus fort est la France. Elle importe plus de 9 millions de balles de tourbe annuellement et sa production nationale est pratiquement nulle. Les principaux fournisseurs de tourbe à la France sont l'Allemagne de l'Ouest et l'URSS. Ces deux pays lui en ont tout dernièrement vendu au coût rendu d'environ 8,80 $ pour une balle de 6 pi^3. Les producteurs canadiens ne peuvent pas offrir ce prix puisque le transport transatlantique d'une balle est de 7,50 $. Afin d'y parvenir les producteurs du Nouveau-Brunswick devraient fournir la tourbe et l'expédier pour 1,30 $ de la tourbière à Sain-Jean au Nouveau-Brunswick et de Le Havre, le port d'entrée en France, à la destination finale.

Il y a cependant une tendance ayant un effet positif sur la capacité des producteurs canadiens à pénétrer les marchés européens. Des sources de l'industrie déclarent que les producteurs européens subissent des pressions croissantes afin de réduire leur expansion. Ainsi, advenant le cas où ces producteurs n'arriveraient plus à satisfaire la demande, les producteurs canadiens auraient une chance.

Il est probable que les marchés d'exportation des producteurs européens constitueront les premières occasions d'affaires. Au fur et à mesure que la production diminuera, la pression de desservir les consommateurs nationaux d'abord et les autres membres de la CEE ensuite causera une baisse des réserves de tourbe pour les marchés d'exportation, en l'occurrence, surtout pour les marchés du Moyen-Orient.

Pour bien comprendre ces occasions d'affaires, il est nécessaire de bien analyser la production, les importations et les exportations des pays producteurs de tourbe en Europe.

Au sein de la CEE, trois nouveaux membres, l'Espagne, la Grèce et le Portugal semblent représenter des occasions d'affaires pour les producteurs du Nouveau-Brunswick. Comme ils sont en voie d'être intégrés au sein de la CEE, le potentiel de pénétration de ces marchés est plus élevé que celui des membres établis de la CEE. Notre analyse n'a cependant pas révélé l'existence de ces occasions d'affaires pour les producteurs du Nouveau-Brunswick. Voici nos commentaires sur chacun des pays:

a. L'Espagne, où l'usage de la tourbe est répandu, constitue un marché croissant. Les importations de tourbe ont connu un taux de croissance moyen de près de 30% par année avec une augmentation annuelle moyenne, entre 1981 et 1985, d'environ 200 000 balles. En 1985, l'Espagne importa environ 1,3 million de balles de tourbe à des fins horticoles, provenant surtout de l'Allemagne de l'Ouest et du Royaume-Uni.

Bien que le marché de l'Espagne prenne de l'ampleur, les producteurs du Nouveau-Brunswick pourront difficilement le pénétrer car la préférence sera accordée aux associés commerciaux qui bénéficient d'un avantage de prix.

b. En Grèce, il semble que l'usage de la tourbe se répand alors que le secteur agricole augmente la qualité de ses produits afin qu'ils soient concurrentiels sur le marché européen. De 1981 à 1985, l'accroissement annuel de l'usage de la tourbe en Grèce dépassait 46 400 balles et, en 1985, le total des importations de tourbe était supérieur à 290 000 balles. Il semble donc que le marché de la tourbe soit bien établi dans les utilisations horticoles de la Grèce.

La Grèce s'approvisionne auprès des principaux fournisseurs européens, notamment l'Allemagne de l'Ouest et les Pays-Bas. Ce fait, allié à la récente entrée de la Grèce dans la CEE, rend difficile la pénétration de ce marché par les producteurs du Nouveau-Brunswick.

c. Le Portugal est un petit marché qui semble offrir peu de potentiel pour les producteurs du Nouveau-Brunswick. En 1985, le Portugal importa environ 87 000 balles de tourbe, provenant surtout de l'Allemagne de l'Ouest et du Royaume-Uni. L'augmentation moyenne annuelle de ses importations de tourbe de 1981 à 1985 était inférieure à 14 500 balles. Il est par conséquent inutile de s'attarder plus longtemps sur ce petit marché à croissance lente bien approvisionné par ses voisins européens.

4. Principales contraintes

Sans exception, un prix concurrentiel, c'est-à-dire le coût à l'importateur, est un critère important de la pénétration des marchés étrangers. Bien que le prix versé par les consommateurs du pays importateur puisse sembler élevé par rapport au coût de l'importateur, le pays exportateur aura néanmoins de la difficulté à augmenter sa part du prix final. Le canal de distribution dans

le pays importateur ne peut généralement pas être détourné, ses agents auront la part du lion, peu importe l'importance de l'écart entre le prix final et le coût rendu.

La qualité représente la seconde contrainte, elle est cependant moins importante que le prix. À l'exception de la tourbe de l'URSS, on considère que la tourbe des principaux pays exportateurs est d'une qualité comparable. Bien que certains pays versèrent un prix plus élevé pour de la tourbe d'une qualité supérieure - une partie infime de leurs importations - le prix constituait le facteur déterminant de leurs achats.

Par conséquent, pour pénétrer les marchés étrangers, les producteurs du Nouveau-Brunswick devront offrir un coût d'achat rendu concurrentiel.

D. PRODUCTEURS DU NOUVEAU-BRUNSWICK

La bonne position de l'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick lui permet de saisir certaines occasions d'affaires. Il est cependant possible que la disponibilité de la tourbe limite sa capacité à desservir de nouveaux marchés importants car l'industrie à presque atteint sa pleine capacité. Nos conclusions reposent sur le raisonnement suivant:

- Les distributeurs voient la tourbe du Nouveau-Brunswick comme un produit d'une qualité supérieure. Deux d'entre eux déclarent ne pas acheter des producteurs commerciaux tant et aussi longtemps qu'ils peuvent obtenir de la tourbe du Nouveau-Brunswick. Ils ne croient pas que la tourbe du Québec soit d'aussi bonne qualité.

- Le Nouveau-Brunswick est géographiquement bien situé par rapport à la principale région américaine de consommation de tourbe sur la côte Atlantique. Bien que les distributeurs déclarent que la tourbe du Québec bénéficie d'un avantage de coût de transport par rapport à celle du Nouveau-Brunswick, la différence de coût ne suffit pas à réduire de manière significative les ventes de tourbe

du Nouveau-Brunswick. (À l'exception du secteur des merchandisers-producteurs qui croient que les consommateurs ne remarqueront aucune différence de qualité.)

- Il y a au Nouveau-Brunswick un port d'expédition important, celui de Saint-Jean, permettant de desservir les pays étrangers potentiels. La contrainte principale des exportateurs qui tentent de pénétrer ces marchés réside dans le coût rendu dans les marchés d'exportation. Puisque les producteurs du Nouveau-Brunswick semblent gérer des entreprises efficaces qui produisent de la tourbe à un prix très concurrentiel, les frais de transport constituent le problème principal.

- L'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick a presque atteint sa pleine capacité et ne sera pas en mesure de répondre à une augmentation importante de la demande sans un investissement marginal en vue d'accroître sa capacité.

En conclusion, même si la position favorable des producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick leur permet de poursuivre la croissance et le développement de leur industrie, la capacité de production actuelle peut être un facteur limitant la tentative de s'approprier de nouveaux marchés importants. D'après notre analyse, nous recommandons les priorités suivantes pour une croissance industrielle continue:

1. Continuer de concentrer l'attention sur le marché des États-Unis. La dépendance de ce pays en termes d'approvisionnement de tourbe importée augmente et la croissance annuelle de ce marché représente une demande marginale de 750 000 à 1,3 million de balles.

2. Développer le secteur du marché des consommateurs en Amérique du Nord en augmentant les connaissances des avantages tirés de l'usage de la tourbe par l'entremise d'activités promotionnelles plus importantes.

3. Continuer de répondre à la demande croissante de mélanges de sol. Cette occasion d'affaires est d'abord offerte aux producteurs actuels de ces produits. Les exigences de soutien technique des produits et

les questions connexes de responsabilité civile limitent l'attrait exercé par ce secteur du marché sur les nouveaux fournisseurs.

4. Continuer de briguer le marché japonais afin que les producteurs du Nouveau-Brunswick soient assurés d'obtenir une part importante de sa croissance prévue. Il est nécessaire d'élaborer un programme cohérent afin d'attirer et de retenir les importateurs et d'atteindre les principales coopératives.

5. Analyser en profondeur la production de l'Europe de l'Ouest afin de bien comprendre son potentiel de marché à plus long terme. L'analyse doit tenir compte de la production, des importations et des exportations des principaux commerçants de tourbe en Europe, y compris l'Allemagne de l'Ouest, les Pays-Bas et l'Irlande. Il faut en outre évaluer l'importance des réserves et des pressions environnementales sur l'industrie.

   Cette analyse indiquera également la capacité des producteurs européens à desservir leurs marchés du Moyen-Orient, particulièrement l'Arabie Saoudite, et, bien entendu, identifiera le potentiel à plus long terme de ces marchés pour les producteurs du Nouveau-Brunswick.

En conclusion, le présent rapport décrit la manière dont l'industrie de la tourbe est présentement structurée en Amérique du Nord et reconnaît les priorités de développement du marché pour les producteurs du Nouveau-Brunswick.

Ce rapport se penche également sur les marchés étrangers et plusieurs pays furent identifiés comme des occasions de développement méritant un examen approfondi.

Annexe I

TERMES DE RÉFÉRENCE

Annexe I

ÉTUDE DU MARCHÉ DE LA TOURBE - TERMES DE RÉFÉRENCE

(Accord provincial ERDA)

I. HISTORIQUE

L'industrie de la tourbe horticole du Nouveau-Brunswick est en pleine expansion et possède un inventaire complet de toutes les tourbières, une politique sur la structure de sa taille. L'extraction de la tourbe est régie par la Loi sur l'exploitation des carrières.

La dernière analyse de marché portant sur l'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick fut complétée en 1973 (Kates Peat Marvick & Co.). Depuis lors, l'industrie du Nouveau-Brunswick s'est raffermie et l'économie du monde entier a changé, rendant souhaitable la réévaluation des conditions et des prévisions du marché.

II. OBJECTIFS

Les deux principaux objectifs de la présente étude sont:

a. Voir comment le marché de la tourbe est présentement structuré en Amérique du Nord et identifier son potentiel de croissance.

b. Évaluer le potentiel de développement de certains marchés étrangers.

III. PORTÉE

L'étude se concentrera sur:

a. Le marché de l'Amérique du Nord; particulièrement, mais sans s'y limiter, aux régions du Canada et des États-Unis situées dans un rayon de 2 000 km du nord-est au Nouveau-Brunswick.

b. Certains marchés étrangers potentiels: le Japon, la Chine, le Maroc, l'Égypte, l'Afrique du Sud, l'Algérie, le Moyen-Orient (Arabie Saoudite et Israël), l'Australie et la Nouvelle-Zélande, la France et autres pays de l'Europe de l'Ouest.

IV. TRAVAIL À ACCOMPLIR

Sans limiter d'aucune manière la portée du travail, l'étude devrait contenir les exigences minimales suivantes.

Annexe I

DESCRIPTION GÉNÉRALE DE L'ÉTUDE:

1. Révision de l'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick

   - Producteurs actuels

   - Capacité de production totale actuelle, caractéristiques de la demande et prix FAB

   - Caractéristiques actuelles du produit (6 pi^3, etc.)

2. Le marché de l'Amérique du Nord

   a. Identification des marchés actuels

      - consommation totale
      - fractionnement du marché
      - politiques et habitudes d'achat
      - situation géographique des marchés-cibles

   b. Caractéristiques de la demande

      - qualité, quantité, variété et prix
      - canaux de distribution

   c. Concurrence

      - structure de l'industrie nord-américaine (producteurs, techniques d'extraction et de transformation, caractéristiques des produits, plans d'expansion, stratégies de marketing)

   d. Potentiel de croissance du marché

      - tendances, nouveaux usages, nouveaux produits

3. Le marché étranger

   a. Identification des marchés actuels

      - consommation totale (passée, présente, prévue)
      - politiques et habitudes d'achat
      - conditions d'accès (transport, douanes)

   b. Caractéristiques de la demande

      - qualité, quantité, variété et prix
      - canaux de distribution

Annexe I

c. Concurrence

- identification des fournisseurs actuels des marchés étrangers
- caractéristiques des produits
- stratégies de marketing

d. Potentiel de croissance du marché

- tendances, nouveaux usages, nouveaux produits

4. L'étape de l'acquisition des données

On devrait se servir des formulaires d'évaluation à envoyer aux importateurs et usagers de tourbe, aux exportateurs du Nouveau-Brunswick et aux ambassades canadiennes afin de recueillir des données. On devrait également procéder à des entrevues auprès des principaux usagers et courtiers de tourbe de l'Amérique du Nord.

Présentation des données:

Deux rapports, l'un en français et l'autre en anglais, seront rédigés, dans un style répondant aux normes des ressources minières, afin de présenter les données recueillies pendant la période d'étude. Tous les questionnaires devraient être retournés à la fin de l'étude au ministère des Ressources naturelles et de l'Énergie.

Communications:

Il y aura trois rencontres entre le représentant du ministère des Ressources naturelles et le conseiller du projet: au début et au milieu du projet, et après la présentation de la première ébauche du rapport. Ces rencontres permettront au conseiller de mieux connaître l'orientation générale du projet, de recevoir des conseils et de l'aide.

De courts états mensuels de progrès seront présentés par écrit pendant l'étude. Ces rapports devraient contenir des éléments importants et une description du plan de travail pour la période suivante.

Trois exemplaires de la première ébauche du rapport (versions française et anglaise) seront présentés d'ici le 28 février 1987 à des fins d'examen avant qu'il soit soumis dans sa forme finale. On retiendra 10 pour cent des frais d'étude qui seront remis sur réception du rapport final.

Annexe I

Dix (10) exemplaires reliés du rapport final (versions française et anglaise) plus les originaux non reliés, seront soumis d'ici le 31 mars 1987.

On présentera les résultats finaux aux producteurs de tourbe du Nouveau-Brunswick.

Soumission des propositions

Le prospectus des compagnies, les services offerts et les antécédents du personnel qualifié responsable du projet de même que leur expérience devraient accompagner les propositions. Les noms des anciens clients pour lesquels un travail analogue ou connexe a été effectué devraient être présentés comme référence.

Il n'est pas nécessaire d'accepter la proposition la plus faible ou une proposition quelle qu'elle soit et on recommande de n'en rembourser aucune.

Trois (3) exemplaires de la proposition devraient être soumis d'ici le 30e jour de septembre 1986 à 16 h 30 H.N.A. à M. Jacques J. Thibault, ministère des Ressources naturelles et de l'Énergie, Direction du développement minier, C.P. 6 000, Frédéricton, N.-B. E3B 5H1.

Information:

Les questions relatives à la proposition d'étude devraient être adressées à M. Jacques Thibault (506) 453-3687 ou à M. Donald Barnett (506) 453-2206.

Annexe II

BIBLIOGRAPHIE

Annexe II

Minnesota Department of Natural Resources in cooperation with the Minnesota Peat Association, "Recommendations for Expansion of the Minnesota Horticultural Peat Industry", June, 1985.

Ontario Ministry of Agriculture and Food, "A Market Study of the Horticultural Uses of Peat", March, 1986.

Hickling Johnston Ltd., Kates, Peat Marwick Co., MPS Associates Ltd., Research and Productivity Council, "The New Brunswick Peat Moss Industry, A Review of Production Facilities, Market Outlook and Transportation Requirement", May, 1973.

National Gardening Association, "National Gardening Survey 1986-87", 1987.

Physical Distribution Advisory Service, "Distribution Requirements of the New Brunswick Peat Industry", May, 1984.

Land Resources Research Institute, Research Bureau, Agriculture Canada, "Peat Resources of Canada", October, 1984.

National Research Council of Canada, "Update of a Peat Research Directory for Canada", Autumn, 1984.

National Research Council of Canada, "Peat Policies and Activities in Canada, Volumes I & II", December, 1984.

Mineral Resources Division, Department of Natural Resources, Province of New Brunswick, "Crown Peat Resource Management Policy", 1979.

Government of Canada, Regional Industrial Expansion, "Made in Canada, Business Opportunities Sourcing System Company (BOSS)", January, 1986.

Florida Geological, "An Overview of Peat in Florida and Related Issues", 1986.

Annexe II

CARNCROSS, C.A., Fisons Western Corporation, "New Initiatives in the Canadian Horticultural Peat Industry",

Canadian Mining Journal, "Canada's Peat Potential, Great Opportunities Growing", December, 1981.

Nursery Manager, "Rains Force Peat Prices Up", December, 1986.

U.S. Department of Commerce, "1982 Census of Agriculture", 1983.

Horticultural Research Institute, Inc., "Research Summary, Scope IV of the Nursery Industry", 1982.

Statistics Canada, "Survey of Canadian Nursery Trades Industry", Catalogue 22-203 Annual, 1985 and 1985.

U.S. Department of Commerce, Bureau of the Census, "U.S. Imports for Consumption and General Imports", FT246 Annual, 1986.

Energy, Mines and Resources Canada, Minerals, "Canadian Minerals Year Book 1985, Review and Outlook", 1986.

U.S. Department of the Interior, Bureau of Mines,

- Peat in 1986, Annual, Preliminary
- Mineral Commodity Summaries, 1986
- Peat, a Chapter from Mineral Facts and Problems, 1985 Edition
- Mineral Commodity Summaries, 1985
- Mineral Yearbook, 1984, Volume 1

United Nations, "Data Base for STIC Code 3224, Peat Imports, Exports and Re-Exports".

ANNEXE III

LISTE DES ENTREPRISES CONTACTÉES

ANNEXE III

Intermédiaires canadiens

Atkins & Dubrow
Port Colborne, Ontario
Mr. H. Zapp

Smith Brokerage
Saint John, New Brunswick
Mr. W. Perry

Glen D. Ogilvie Limited
Caledonia, Ontario

Intermédiaires et usagers américains

Grand Anse Peat Moss
Belmont, Mass.
Mr. Paul Tocci

Conrad Fafard Inc.,
Springfield, Mass.
Mr. H.H. Fafard

Lexington Gardens
Lexington, Mass.
Frederick Hess

Denver Wholesale Florists
Denver, Colorado

Tessman Seed and Chemicals
Sioux Falls, South Dakota
B. Mieding

John Colby
Iowa
Mr. John Colby Jr.

Southern Importers Inc.
Greenboro, North Carolina
John Balderacchi
Dan Balderacchi

Tessman Seed & Chemical
Egan, Minnesota
R. Hendrikon

American Clay Works and
Supply Company
Denver, Colorado
Mr. L. Strock

Vaughan Seed Company
Downers Grove, Illinois
Mr. B. Doeckel

Maximilian Lerner Corporation
New York, New York
Mr. M. Lerner

Hyde Park Product
Manaroneck, New York
Mr. Gross

Lawn and Garden Supply Co.
Phoenix, Arizona
Tucson, Arizona

Stoll & Sons
Portland, Oregon

ANNEXE III

Intermédiaires et usagers américains
(suite)

Klier Nursery & Garden Suppliers
Minneapolis, Minnesota
Howard Klier

R.L. Gould Distributors
Minneapolis, Minnesota
Fred Klassen

Barzan International
Minneapolis, Minnesota
Don Haukan

J.R. Johnson Wholesale Supply & Co.
Roseville, Minnesota
Nancy Prickett

Olathe Grass Pad Warehouse
Olathe, Kansas

Tessman Seed & Chemical Co.
St. Paul, Minnesota
Clarisse

Montgomery Seed
Montgomery, Alabama
John Morgan

Schuy Macher Inc.
St. Paul, Minnesota
Tony Kipple

Barhart Garden Centre
Atweed, Kansas
Vivian Barhart

Holbrook Farm & Nursery
Fletcher, N.C.

Hicks Nurseries Inc.
Westbury, N.Y.

C & R Supply
Sioux Falls, South Dakota

North East Nursery
Peabody, Mass.

Master Gardens Nursery
Delray Beach, Florida
Mr. D. Myers

Poole and Fuller Garden Centre
Winter Park, Florida
Mr. R. Knight

Goochland Nurseries Inc.
Ft. Meade, Florida
Mr. E. Brown

Nu-Turf of Pompano Inc.
Pompano Beach, Florida
Mr. W. Murphy

Central Florida Nursery
Fruitland Park, Florida
Ms. M. Burke

ANNEXE III

Intermédiaires et usagers américains (suite)

Winter Haven Nurseries Inc.
Winter Haven, Florida
Mr. D. Stabler

Cypress Creek Nurseries Inc.
Windemere, Florida
Mr. W. Colburn

The Triangle Nursery
McMinniville, Tennessee
Mr. E. Porter

Sunbelt Growers
Ft. Meade, Florida
Mr. D. Barnett

Hardy Nursery
Zolfo Springs, Florida
Mr. T. Levitz

Importateurs français

Tourbières de la Bar S.A.
Buzancy, France
Mr. Cascier

Ets Chauvin Sarl
Beaupeau, France
Mr. Chauvin

Tecsem
Paris Franch
Mr. Lequis

Importateurs japonais

Sowa Boeki Co. Ltd.
Osaka, Japan
S. Tomitaka
T. Yoshinaga

Iwatani International Corporation
Osaka, Japan
H. Itoh
Y. Ozaki

Mitsukura Boeki Kaisha
Kobe, Japan
Mr. Tamura

États producteurs et producteurs de tourbe

Michigan Department of
Natural Resources
Lansing, Michigan
Mr. W. Walden

Minnesota Department of
Natural Resources
St. Paul, Minnesota
Mr. D.J. Olson

ANNEXE III

États producteurs et producteurs de tourbe
(suite)

Illinois Geological Survey
Champaign, Illinois
Mr. J. Masters

Florida Department of
Natural Resources
Mr. C. Hendry Jr.

Vita Green
Clermont, Florida
Mr. W. Cicale

Hypernox Inc.
Imlay City, Michigan
Mr. C. Finker

Wisconsin Geological Survey and
Natural History
Dr. M. Ostrom

Kent Lake Peat Farms
Bowling Green, Ohio
Mr. A. Weaver

Milburn Peat Co. Inc.
La Port, Indiana
Mr. G. Holder

Contacts gouvernementaux

Energy, Mines and Resources Canada
Ottawa, Ontario
Michael Prudhomme

Energy Mines and Resources Canada
Ottawa, Ontario
Mr. D. Stonehouse

U.S. Horticultural Census
Washington, D.C.
Mrs. J. Mon

U.S. Department of Interior
Bureau of Mines
Washington, D.C.
Mr. C. Davies

Atlantic Provinces Transportation
Commission
Moncton, New Brunswick
Mr. P. Vuillemot

Canadian Transportation Commission
Ottawa, Ontario
Mr. B. Fry

ANNEXE III

Associations

Bedding Plants Inc.
Okemos, Missouri
Executive Assistant

American Mushroom Institute
Kennet Square, Pennsylvania
Mr. Harris

American Nurserymen
Chicago, Illinois
Mr. R. Schafer

Canadian Nurserymen
Toronto, Ontario
Mr. P. Hetherington

Agronomy Society
Wisconsin
Executive Director

Forestland Management Centre
Olympia, Washington

National Gardening Association
Burlington, Vermont
Mr. B. Butterfield

U.S. National Committee of the
International Peat Society
Mr. D. Grubich

American Association of Nurserymen
Washington, D.C.
Mr. D. Jelinek

American Greenhouse Vegetable Growers
Elyria, Ohio
Mr. J. Farley

Horticultural Society
Alexandria, Virginia

ANNEXE IV

GUIDE POUR LES ENTREVUES

ANNEXE IV

ÉTUDE DU MARCHÉ DE LA TOURBE

DU NOUVEAU-BRUNSWICK

GUIDE POUR LES ENTREVUES AUPRÈS DES INTERMÉDIAIRES/USAGERS FINAUX

Bon_____. Mon nom est _____ et je travaille pour The Coopers & Lybrand Consulting Group. Nous étudions le marché nord-américain de la tourbe au nom du gouvernement du Nouveau-Brunswick. Une partie importante de l'étude comporte une enquête auprès des intermédiaires/usagers finaux. Celle-ci nous permettra d'obtenir leurs points de vue sur la manière dont les producteurs de tourbe pourraient mieux répondre à leurs besoins. Je serai dans votre région le _____ et j'aimerais discuter avec vous pendant environ une demi-heure. Serez-vous libre?

Nom: _____

Lieu: _____

Contact: _____

ANNEXE IV

SECTION A: DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

1. Veuillez décrire votre entreprise.

SECTION B: STRUCTURE DU MARCHÉ

2. Vendez-vous plusieurs variétés et qualités de tourbe et de produits de remplacement (comme l'écorce, la sciure de bois et le paillis)?

3. Qui sont vos principaux fournisseurs de chaque type de tourbe?

4. Quel pourcentage de vos achats réalisez-vous auprès de chacun de ces fournisseurs?

5. Quels facteurs favorisent actuellement la venue de nouveaux fournisseurs?

6. Quels facteurs actuels entraîneront probablement une réduction des concurrents?

7. Qui sont les principaux usagers finaux?

ANNEXE IV

8. Quels produits achètent-ils? Quelle quantité? Quelle qualité?

9. Chaque usager final compte, par produit, pour quel pourcentage de vos ventes?

10. Quels formats d'emballage chaque usager final achète-t-il? (pour chaque produit)

SECTION C: TENDANCES DU MARCHÉ

11. Comment peut-on comparer le marché à celui d'il y a 10 ans? 5 ans? de l'an dernier?

12. La demande a-t-elle changé dans le secteur des usagers finaux? Comment?

13. Quels changements survenus dans le secteur des usagers entraîneront probablement une variation dans la demande?

14. Quels changements des produits ou des produits de remplacement entraîneront probablement une variation dans la demande?

15. Quelles tendances attireront probablement des nouveaux venus dans le marché?

16. Quelles tendances réduiront probablement le nombre de concurrents dans l'avenir?

ANNEXE IV

17. Quelle était la tendance des prix au cours des dix dernières années? Des cinq dernières années? De l'année dernière?

18. Quel est le coût actuel de la tourbe par format? FAB Origine?

SECTION D: HABITUDES ET CRITÈRES D'ACHAT

19. À quelle fréquence commandez-vous de la tourbe? Des produits de la tourbe? Des produits de remplacement?

20. Quels sont vos critères d'achat?

- Prix
- Qualité
- Livraison
  - dans les délais prévus
  - fiabilité
- Autre

21. Quelle est l'importance de chaque critère? (Pondérez en allouant 100 points pour les critères) (SONDEZ afin de bien comprendre)

SECTION E: ATTITUDES ENVERS LES PRODUITS ET LES PRODUCTEURS DU NOUVEAU-BRUNSWICK

22. Avez-vous vendue/utilisée chaque type de tourbe vendue/utilisée au Nouveau-Brunswick?

ANNEXE IV

23. Reportez-vous à vos critères d'achat, quelle comparaison pouvez-vous faire entre les produits du Nouveau-Brunswick et ceux des concurrents? (SONDEZ).

_____

_____

_____

24. Quelle comparaison pouvez-vous faire entre les concurrents (voir question 3)?

25. Quelle comparaison pouvez-vous faire entre les produits de remplacement?

_____

REMERCIEZ ET TERMINEZ

ANNEXE V

QUESTIONNAIRE DESTINÉ AUX PRODUCTEURS

ENQUÊTE AUPRÈS DES PRODUCTEURS DE TOURBE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

Bon_____. Je suis _____ du The Coopers & Lybrand Consulting Group, un bureau d'expertise en gestion. Ma visite fait suite à la lettre que vous avez reçue concernant l'étude de marché que nous menons au nom du gouvernement du Nouveau-Brunswick. Celle-ci porte sur les occasions de marché pour la tourbe. J'aimerais fixer un rendez-vous le _____ afin de parler de votre exploitation de tourbe.

REMARQUE: Rassurez le répondant quant au caractère confidentiel de tous les renseignements.

Compagnie: _____
Nom: _____
Date: _____
Heure: _____
Lieu: _____

SECTION A: RENSEIGNEMENTS DE BASE

J'aimerais d'abord vous poser quelques questions qui nous aideront à classer vos réponses parmi toutes celles des autres personnes ayant participé à l'enquête.

1. Combien de personnes travaillaient pour la compagnie à temps plein en 1986 et combien à temps partiel?

   _____ employés à temps plein

   _____ employés à temps partiel

2. Combien d'hectares votre entreprise exploitait-elle en 1986?

   _____ nbre d'hectares

   _____ autre (_____) (INSCRIRE L'UNITÉ DE MESURE À CONVERTIR EN HECTARES)

3. Quels produits parmi les suivants avez-vous produit en 1986? (LISEZ LA LISTE).

	Produit	Non Produit
Tourbe brute	1	2
Produit de remplacement/mélange	1	2
Tourbe avec des additifs inertes comme le polystyrène	1	2

SECTION B: PRODUCTION

4. Quelle a été votre production de tourbe au cours des trois dernières années? (En équivalent en balle de 6 pieds cubes à un taux de compactage de 2:1)

	1983	1984	1985
Q4 Production de tourbe	_____	_____	_____
Q5 (Techniques de production)			
% tourbe broyée (extraction à l'aspirateur)	_____	_____	_____
% coupe mécanique en blocs	_____	_____	_____
% autre (précisez) _____	_____	_____	_____
(précisez) _____	_____	_____	_____

REMARQUE: Il est important d'inscrire le rapport volume - compactage.

5. Pour 198__ (COMMENCEZ AVEC 1985 ET TERMINEZ AVEC 1983) quel pourcentage de la production était produit au moyen des techniques suivantes: (INSCRIVEZ CI-DESSUS).

   - tourbe broyée (extraction à l'aspirateur)
   - coupe mécanique en blocs
   - autre (précisez)
     - coupe manuelle
     - tourbe broyée (méthode de récolte en sillons)

6. Quel type d'équipement de récolte avez-vous utilisé l'an dernier? (LISEZ LA LISTE).

	Q6 Utilisé	Q7 Nombre
Aspirateurs	1	_____
- machine à balai simple, 2 500 PCH		
- machine à double balai, 6 000 PCH		
Coupeuses mécaniques de blocs	1	_____
Tracteurs		
- moins de 25 HP	1	_____
- 25 HP - 50 HP	1	_____
- plus de 50 HP	1	_____
Autre (précisez)	1	_____
_____	1	_____
_____	1	_____
_____	1	_____

7. Combien d'instruments (NOMMEZ CHAQUE INSTRUMENT UTILISÉ) avez-vous utilisés l'an dernier? (INSCRIVEZ CI-DESSUS).

REMARQUE: La machinerie de production ne comprend pas l'équipement de préparation du sol comme les canaleuses, les râteaux et les herses. On devrait cependant mentionner les bulldozers si utilisés pour tirer les aspirateurs.

8. Combien de tamis utilisez-vous?

	Unité 1	Unité 2	Unité 3
- Tamis simple	_____	_____	_____
- Tamis double	_____	_____	_____
- Tamis triple	_____	_____	_____
Q9 Pourcentage	_____	_____	_____

9. Quel pourcentage de tourbe passe par chaque tamis? (INSCRIVEZ CI-DESSUS).

10. Quel type d'équipement d'ensachage avez-vous utilisé dans votre usine l'an dernier?

Type	Unité 1	Unité 2	Unité 3
3 postes			
- 6 pieds cubes	_____	_____	_____
- 4 pieds cubes	_____	_____	_____
4 postes			
- 6 pieds cubes	_____	_____	_____
- 4 pieds cubes	_____	_____	_____
Q11 Pourcentage	_____	_____	_____

11. Quelle pourcentage de tourbe passe à travers chaque unité? (INSCRIVEZ CI-DESSUS).

SECTION C: PRODUITS VENDUS

J'aimerais maintenant vous poser quelques questions concernant vos ventes de l'an dernier.

12. Quels produits parmi les suivants avez-vous vendus l'an dernier?

	Vendu	Non Vendu
Tourbe brute	1	2
Tourbe avec des additifs inertes comme le polystyrène	1	2
Produits de remplacement/mélanges	1	2

SECTION D: TOURBE BRUTE

Je vous poserai successivement des questions sur la tourbe brute, la tourbe contenant des additifs inertes et les mélanges de sol.

13. D'abord, combien de balles ou l'équivalent de 6 pieds cubes (taux de compactage de 2:1) de tourbe brute avez-vous vendu l'an dernier?

_____ balles ou l'équivalent de 6 pieds cubes

14. Et chacun des formats suivants correspondait à quel pourcentage de vos ventes (par volume)?

Emballage	Q14 %	Q15 $	Q16 Sac incl. O/N
1 pied cube ou moins	____	____	____
2 pieds cubes	____	____	____
3 pieds cubes	____	____	____
4 pieds cubes	____	____	____
5 pieds cubes	____	____	____
6 pieds cubes	____	____	____
Tourbe non compactée	____	____	____
Autre (précisez le format et le compactage)			
_____	____	____	____
_____	____	____	____
	100%	(ASSUREZ-VOUS QUE LE TOTAL EST DE 100)	

15. Quel était votre prix FAB usine pour _____? (LISEZ CHAQUE FORMAT UTILISÉ, INSCRIVEZ CI-DESSUS).

16. Le prix comprenait-il le prix du sac? (INSCRIVEZ CI-DESSUS).

17. Et à qui avez-vous vendu de la tourbe brute l'an dernier (1986)?

	Q17 Vendu	Pas Vendu	Q18 %
Propre organisation de vente ou société liée	1	2	____
Courtier/intermédiaire/ distributeur au Canada	1	2	____
Courtier/intermédiaire/ distributeur aux É.-U.	1	2	____
Point de vente au détail	1	2	____
Usager final/autre, précisez			__ __
_____			____
_____			____
_____			____

18. Quel pourcentage de vos ventes (par volume) allèrent à (au) _____? (LISEZ CHAQUE GROUPE SUSMENTIONNÉ).

SECTION E: TOURBE AVEC ADDITIFS INERTES

Les questions suivantes portent sur la tourbe contenant des additifs inertes comme le polystyrène.

19. D'abord, combien de balles ou l'équivalent de 6 pieds cubes (à un taux de compactage de 2:1) de tourbe avec des additifs inertes avez-vous vendus l'an dernier?

_____ balles ou l'équivalent de 6 pieds cubes

20. La tourbe représente quel pourcentage du produit?

_____%

21. Et chacune des catégories suivantes représentait quel pourcentage de vos ventes (par volume)

Emballage	Q21 %	Q22 $	Q23 Sac inclus O/N
1 pied cube			
2 pieds cubes	____	____	____
3 pieds cubes	____	____	____
4 pieds cubes	____	____	____
5 pieds cubes	____	____	____
6 pieds cubes	____	____	____
Tourbe non compactée	____	____	____
Autre (précisez le format du compactage)	____	____	____
	100%	(ASSUREZ-VOUS QUE LE TOTAL EST DE 100.)	

22. Quel était votre prix FAB usine pour _____? (LISEZ CHAQUE FORMAT UTILISÉ, INSCRIVEZ CI-DESSUS).

23. Le prix incluait-il le prix du sac? (INSCRIVEZ CI-DESSUS).

24. Et à qui avez-vous vendu de la tourbe contenant des additifs inertes? (LISEZ LA LISTE).

	Q24 Vendu	Pas Vendu	Q25 %
Propre organisation de vente ou société liée	1	2	____
Courtier/intermédiaire/ distributeur au Canada	1	2	____
Courtier/intermédiaire/ distributeur aux É.-U.	1	2	____
Point de vente au détail	1	2	____
Usager final/autre, précisez _____ _____ _____			____
			100%

25. Quel pourcentage de vos ventes (par volume) allèrent à (au) _____? (LISEZ CHAQUE GROUPE SUSMENTIONNÉ).

SECTION F: PRODUITS DE REMPLACEMENT/MÉLANGES

Les questions suivantes portent sur les produits de remplacement et les mélanges.

26. D'abord, combien de balles ou l'équivalent de 6 pieds cubes (à un taux de compactage de 2:1) de mélanges de sol avez-vous vendus l'an dernier?
_____ Total

27. La tourbe représente quel pourcentage du produit? _ _____%

28. Comment était-il emballé à des fins de transport?

Q28 Type	Q29 %	Q30 $	Q31 Sac inclus
_____	____	____	____
_____	____	____	____
_____	____	____	____
_____	____	____	____
_____	____	____	____
_____	____	____	____

29. _____ représentait quel pourcentage de vos ventes (par volume)? (LISEZ CHAQUE TYPE D'EMBALLAGE UTILISÉ, INSCRIVEZ CI-DESSUS).

30. Quel était votre prix FAB usine pour _____? (LISEZ CHAQUE FORMAT UTILISÉ, INSCRIVEZ CI-DESSUS).

31. Le prix incluait-il le prix du sac/de l'emballage? (INSCRIVEZ CI-DESSUS).

32. Et à qui avez-vous vendu les mélanges de sol. (LISEZ LA LISTE).

	Q32 vendu	Pas Vendu	Q33 %
Propre organisation de vente	1	2	____
Courtier/intermédiaire/ distributeur au Canada	1	2	____
Courtier/intermédiaire/ distributeur aux É.-U.	1	2	____
Point de vente au détail	1	2	____
Usager final/autre, précisez	1	2	____

_____
_____
_____

33. Quel pourcentage de vos ventes (par volume) allèrent à (au) _____? (LISEZ CHAQUE GROUPE SUSMENTIONNÉ).

SECTION G: ACTIVITÉS

34. Quelles activités de vente/promotion, s'il y a lieu, avez-vous entreprises? (SOYEZ PRÉCIS ET DÉCRIVEZ-LES)

_____
_____
_____
_____

REMERCIEZ ET TERMINEZ

ANNEXE VI

LISTE DES CONSULATS CANADIENS ET BUREAUX COOPERS & LYBRAND CONTACTÉS

ANNEXE VI

TEXTE DU TÉLEX

MESSAGE:

The Coopers & Lybrand Consulting Group étudie au nom du gouvernement canadien et de celui du Nouveau-Brunswick les marchés d'exportation potentiels pour la tourbe du Nouveau-Brunswick. Nous avons choisi un certain nombre de pays qui semblent offrir un certain potentiel de marché pour la tourbe. Nous serions heureux de l'aide que vous pourriez nous apporter dans la collecte de plus amples informations sur le marché de la tourbe de

Vous trouverez ci-dessous une liste de questions auxquelles nous tentons de répondre pour les divers pays. Si vous éprouvez des difficultés avec la présente demande, veuillez prendre contact avec moi au:

The Coopers & Lybrand Consulting Group
135 King Street East
Toronto, Canada
M5C 1G6

Tél.: (416) 366-1921

Télex: 06-23590
Réponse: COLYBRAND TOR

Fax: (416) 361-0467

1. Quelle est l'importance estimée du marché de la tourbe?

2. Quels sont les types de tourbe importés? (c.-à-d. sphaignes, hypnacées, humus)?

3. À quelles fins la tourbe est-elle utilisée?

4. Quels sont les pays actuels fournisseurs de chaque type de tourbe et quels sont leurs volumes?

5. Quels sont les prix actuels de la tourbe, FAB lieu d'entrée?

6. Qui sont les plus grands importateurs de tourbe?

7. Quelles sont les obstacles que le Nouveau-Brunswick doit surmonter pour pénétrer ce marché?

ANNEXE VI

LISTE DES PAYS CONTACTÉS PAR TÉLEX

AUSTRALIE

Télex: (Code de destination 71) 20600
(CANGOVT AA20600)

M.M. Vujnovich
Consul et commissaire commercial principal

LA BARBADE

Télex: (Code de destination 0392) 2247
(2247 CANADA WB)

K.G. Whiting
Premier secrétaire (commercial)

RÉPUBLIQUE ARABE D'ÉGYPTE

Télex: (Code de destination 91) 9-2677
(CANCAR UN)

R.R.M. Logie
Conseiller (commercial) et consul

GRÈCE

Télex: (Code de destination 601) 215584
(215584 DOM GR)

F. Morissette
Conseiller (commercial)

ISRAEL

Télex: (Code de destination 606) 341293
(341293 CANAD IL)

A. Hausvater (Mme)
Représentante commerciale

ANNEXE VI

JAMAIQUE

Télex: (Code de destination 291) 2130
(2130 BEAVER JA)

Michael P. Whalen (M.)
Premier secrétaire (commercial)

JORDANIE

Télex: (Code de destination 493) 23080
(23080 CANAD JO)

G.E. Rishchynski
Second secrétaire (commercial) et vice-consul

MEXIQUE

Télex: (Code de destination 22) 1771191
(DMCNME)

B. Badani
Conseiller (commercial)

MAROC

Télex: (Code de destination 407) 31964M
(CDARABAT 31964M)

Bruno Picard

PORTUGAL

Télex: (Code de destination 404) 12377
(DOMCAN P)

L. Bustos
Conseiller (commercial) et consul

ANNEXE VI

ARABIE SAOUDITE

Télex: 404893 (DOMCAN SJ)

J.P. McLachlan
Conseiller (commercial)

ESPAGNE

Télex: (Code de destination 52) 27347
(27347 DOMCA E)

M. O.T. Wismer

TRINIDAD ET TOBAGO

Télex: (Code de destination 294) 22429
(22429 DOMCAN WG)

Desmond Hobson-Garcia

LISTE DES BUREAUX DE COOPERS & LYBRAND CONTACTÉS PAR TÉLEX

PARIS, FRANCE

Télex: 641415

FRANCFORT, ALLEMAGNE DE L'OUEST

Télex: 414 534 TVCL D et 176 997 622 TVCL

ROTTERDAM, PAYS-BAS

Télex: 27096

LONDRES, ANGLETERRE

Télex: 887470

CHANGHAI, CHINE

Télex: 33273

ANNEXE VII

PROFIL DE L'INDUSTRIE DE LA TOURBE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

ANNEXE VII

PROFIL DE L'INDUSTRIE DE LA TOURBE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

Cette annexe présente le profil de l'industrie de la tourbe du Nouveau-Brunswick et les renseignements recueillis à partir de notre enquête portant sur douze producteurs de cette province.

A. LA BASE DE L'INDUSTRIE: LES EMPLOYÉS À TEMPS PARTIEL

Il y a environ 12-1/2 employés à temps partiel pour chaque employé à temps plein. En 1986, les douze producteurs avaient à leur service 59 employés à temps plein, de dix pour les plus grandes entreprises à aucun pour les petits producteurs. Il y avait en tout 745 employés à temps partiel en 1986 et les entreprises employèrent de 15 à 130 personnes à temps partiel pendant la saison de production.

Ce nombre important de travailleurs à temps partiel permet à l'industrie de pouvoir compter sur du personnel pendant la saison de la production et de minimiser ses frais généraux.

B. AUGMENTATION DE 50% DE LA PRODUCTION DE 1983 À 1985

En 1983, l'industrie du Nouveau-Brunswick produisait environ 3,56 millions de balles ou l'équivalent (balles) de 6 pi^3. Ce chiffre atteignit les 5,34 millions en 1985. Au cours de cette période, deux nouveaux producteurs entrèrent en exploitation.

L'extraction à l'aspirateur est la principale technique de production utilisée; elle représentait 91% de la tourbe produite en 1983 et 93% en 1985. En 1985, tous les producteurs déclarèrent avoir utilisé cette technique.

On extrait l'autre portion de 9% à l'aide de deux méthodes. Trois entreprises ont déclaré utiliser les techniques mécaniques de la coupe en blocs et une entreprise a déclaré faire appel à une technique de production finlandaise.

ANNEXE VII

C. L'INDUSTRIE UTILISE PLUSIEURS TYPES D'ÉQUIPEMENT

On se sert de plusieurs types d'équipement. Voici quelques commentaires sur chacun de ces derniers.

1. Équipement pour l'extraction

L'industrie révéla avoir utilisé l'équipement pour l'extraction suivant en 1985:

- 252 tracteurs.
  - 9 de moins de 25 HP
  - 97 de 25 HP à 50 HP, et
  - 146 de 50 HP et plus.

- 174 arracheuses pneumatiques
  - 169 machines à balai simple, et
  - 5 machines à balai double.

- Parmi les autres équipements mobiles, on compte:
  - chargeuses par le devant,
  - bulldozers, et
  - remorques.

2. Tamisage et ensachage

L'industrie du Nouveau-Brunswick passe au tamis toute la tourbe recueillie, et les entreprises disposent d'une à sept unités de tamis. L'industrie déclara disposer de 30 unités de tamis au total en 1985.

La majeure partie de la tourbe, soit environ 76%, est passée deux fois au tamis. Six entreprises soumettent 100% de leur production deux fois à cette opération, deux passent deux fois

ANNEXE VII

au tamis la majeure partie de leur production et en soumettent de petite quantité à un tamisage simple ou triple. Quatre entreprises ne passent leur production qu'une seule fois au tamis.

L'industrie exploitait 65 unités d'ensachage en 1985 dont:

- 22 étaient des machines à un poste
- 1 était une machine à deux postes
- 37 étaient des machines à trois postes, et
- 5 étaient des machines à quatre postes.

Plus de 60% de la production passèrent par les machines à trois postes de neuf producteurs. Trois entreprises utilisèrent des machines à poste simple ou double qui mirent en sacs 30% de la production. Quatre entreprises se chargèrent de la dernière portion de 10%.

D. LES PRODUCTEURS ONT VENDU TROIS GAMMES DE PRODUITS EN 1986

Une enquête portant sur les producteurs du Nouveau-Brunswick révéla que ces derniers ont vendu trois gammes de produits en 1986:

- les douze producteurs vendirent de la tourbe brute,
- trois producteurs déclarèrent avoir vendu des mélanges de sol et des produits de remplacement, et
- un producteur vendit de la tourbe contenant des additifs inertes.

Voici une discussion portant sur chacune de ces gammes de produits.

ANNEXE VII

1. **La tourbe brute représente la plus importante gamme de produits**

Parmi les trois gammes de produits, la tourbe brute, avec des ventes pour 1986 d'environ 4,7 millions de balles ou l'équivalent de 6 pi^3, constitue la majeure partie des ventes de tourbe de l'industrie.

Huit des producteurs vendent leur tourbe sac inclus, alors que les quatre autres la vendent à des consommateurs qui doivent fournir l'emballage.

Voici nos commentaires sur la distribution des ventes par format d'emballage:

- Les douze producteurs déclarèrent vendre des balles de 6 pi^3 et ce format comptait pour 50% des ventes de l'industrie.

- Le deuxième plus grand format est l'emballage de 4 pi^3 qui compte pour 26% des ventes de l'industrie. Onze des douze producteurs ont déclaré avoir vendu cet emballage en 1986.

- Deux entreprises ont mis en marché un emballage de 5 pi^3 en 1986. Nous ne pouvons pas donner de détails sur les ventes et ce, en raison de leur caractère confidentiel.

- Huit entreprises vendirent un emballage de 2 pi^3 en 1986 et ce format représentait 4% des ventes.

- L'industrie vend également les emballages suivants:

  - 1 pi^3
  - 1,5 pi^3, et
  - 3 pi^3.

ANNEXE VII

Individuellement, chacun des formats susmentionnés représentait moins de 3% des ventes et moins de trois entreprises produisaient généralement chacun de ces formats. Il y a cependant une exception: l'emballage de 1 pi^3 que sept producteurs ont déclaré avoir vendu en 1986.

En 1986, les producteurs du Nouveau-Brunswick ont vendu la tourbe brute par le biais de plusieurs canaux de distribution. Le principal était une société liée qui enregistra plus de 60% des ventes de tourbe. Les distributeurs étaient au second rang; des entreprises canadiennes comptaient pour 17% des ventes de tourbe du Nouveau-Brunswick et des entreprises américaines pour 10%. Les ventes directes aux usagers finaux comptaient pour un autre 8%, tandis que les ventes aux comptoirs de détail et les autres types d'achats représentaient les 2% qui restent.

2. En 1986, trois producteurs vendirent des mélanges de sol et des produits de remplacement

Trois producteurs ont déclaré avoir vendu au total 624 000 balles de 6 pi^3 de remplacements de sol en 1986. Le pourcentage de tourbe varie suivant le mélange, mais généralement, se situe entre 70% et 90%, par volume.

Plus de 90% des mélanges de sol des producteurs du Nouveau-Brunswick furent vendus par l'entremise des trois canaux suivants:

- 37% aux points de vente au détail
- 32% aux sociétés liées, et
- 23% aux usagers finaux

Les courtiers canadiens et américains et autres acheteurs comptent pour le reste des ventes.

ANNEXE VII

3. En 1986, un seul producteur vendit de la tourbe contenant des additifs inertes

Nous ne pouvons vous donner plus de renseignement sur ce produit pour des raisons de confidentialité.

Bref, les producteurs du Nouveau-Brunswick ont mis sur le marché une grande variété d'emballages et de produits afin de répondre à la demande. Ils semblent avoir des canaux de distribution bien établis leur permettant d'avoir facilement accès aux marchés.